
Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2015

Αρχές - Εξελίξεις - Στρατηγική με Έμφαση στα
Κοινωνικά Δίκτυα από τη σκοπιά του Manager

Efraim Turban
David King
Jae Kyu Lee
Ting-Peng Liang
Deborrah C. Turban

Απόδοση: **Γιάννης Β. Σαμαράς**
Ηλεκτρολόγος Μηχανολόγος Ε.Μ.Π.
M.Sc. Computer Science

 **Εκδόσεις: Μ. Γκιούρδας**

Ζωοδόχου Πηγής 70-74 – Τηλ.: 210 3630219
106 81 Αθήνα, 2018
www.mgiurdas.g

Τίτλος Πρωτοτύπου:

Electronic Commerce
A Managerial and Social Networks Perspective,
Eighth Edition, Revised Edition

ISBN 978-3-319-10090-6

Copyright © 2015 by Springer International Publishing Switzerland

Αποκλειστικότητα για την Ελληνική Γλώσσα

Εκδόσεις: **Μόσχος Γκιούρδας**



Ζωοδόχου Πηγής 70-74 - Τηλ.: 210 3630219

106 81 Αθήνα, 2018

www.mgiurdas.gr

ISBN: 978-960-512-699-5

Desktop Publishing: Κ. Καλαϊτζής, τηλ.: 210 2813066

Εκτύπωση: Red Notos Print ΕΠΕ, τηλ. 210 2850801

Βιβλιοδεσία: Ηλιοπούλος Θ. - Ροδόπουλος Π. Ο.Ε., τηλ. 210 3477108

Αναδημοσίευση του βιβλίου σε οποιαδήποτε μορφή, ολόκληρου ή μέρους,
καθώς και των περιεχομένων προγραμμάτων, δεν επιτρέπεται χωρίς
την έγγραφη εξουσιοδότηση του εκδότη.

Πρόλογος

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε σοβαρή οικονομική ύφεση στην παγκόσμια οικονομία, αλλά, παρά ταύτα, το ηλεκτρονικό εμπόριο, το θέμα αυτού του βιβλίου, έχει αναπτυχθεί ταχέως, με εταιρείες όπως οι Facebook, Google, Pinterest, Alibaba Group και Amazon.com να θέτουν νέα επίπεδα οικονομικής απόδοσης κάθε χρόνο.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΗΕ), γνωστό επίσης ως e-επιχειρείν, είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο, με βάση το οποίο, οι συναλλαγές διεξάγονται επάνω σε ηλεκτρονικά δίκτυα, κυρίως επάνω στο Internet. Περιλαμβάνει την διεργασία αγοράς και πώλησης αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών με ηλεκτρονικό τρόπο. Ορισμένες εφαρμογές ΗΕ, όπως η αγορά και η πώληση μετοχών και αεροπορικών εισιτηρίων στο Internet, έχουν ήδη ωριμάσει και υπερβαίνουν τις διαπραγματεύσεις εκτός Internet. Αλλά το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αφορά μόνο τις αγορές και τις πωλήσεις. Αφορά επίσης στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, την συνεργασία και την εξεύρεση πληροφοριών. Αφορά στην ηλεκτρονική εκμάθηση, στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση, στα κοινωνικά δίκτυα και πολλά άλλα πράγματα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο θα επιδράσει σε σημαντικό κομμάτι του κόσμου, θα επηρεάσει τις επιχειρήσεις, τα επαγγέλματα και, φυσικά, τους ανθρώπους.

Οι σημαντικότερες εξελίξεις στο ΗΕ από το 2012 είναι η τεράστια ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων, ειδικά του Facebook, του Google+ και του Twitter και η τάση για διεξαγωγή ΗΕ μέσω κινητών συσκευών. Άλλες κύριες εξελίξεις είναι η παγκόσμια ανάπτυξη του ΗΕ, ειδικά στην Κίνα, όπου μπορείτε να βρείτε την μεγαλύτερη εταιρεία ΗΕ όλου του κόσμου. Επιπρόσθετα, ορισμένα αναδυόμενα επιχειρηματικά μοντέλα ΗΕ αλλάζουν τους κλάδους της βιομηχανίας (π.χ. ταξίδια, τραπεζική, μόδα και μεταφορές).

Στην 8^η έκδοση του βιβλίου παρουσιάζουμε τις πιο πρόσφατες τάσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου, που περιλαμβάνουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις, την κοινωνική δικτύωση, την κοινωνική συνεργασία, τις καινοτομίες και την κινητικότητα.

Σημείωση: Τμήματα αυτού του βιβλίου εκδόθηκαν προηγουμένως απ' την: Pearson Education, Inc., με τίτλο *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Networks Perspective*.

Τι Νέο Περιλαμβάνει Αυτή η Έκδοση;

Οι βασικές αλλαγές σ' αυτήν την έκδοση είναι οι εξής:

- Νέα κεφάλαια

Το Κεφάλαιο 7 του βιβλίου ΗΕ 2012 έχει αντικατασταθεί από δύο κεφάλαια. Το νέο Κεφάλαιο 7 επικεντρώνεται στο μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων, στις κοινωνικές αγορές και στο κοινωνικό CRM. Το Κεφάλαιο 8 εστιάζεται στα επιχειρηματικά κοινωνικά δίκτυα, στον πληθοπορισμό και σε άλλες εφαρμογές των κοινωνικών μέσων.

- **Νέα θέματα**

Σε όλα τα κεφάλαια έχουν προστεθεί πολλά νέα θέματα, ενώ απαρχαιωμένα θέματα έχουν παραληφθεί. Τα κύρια νέα θέματα διαιρούνται εδώ στις παρακάτω κατηγορίες:

- 1. Θέματα για το βασικό ηλεκτρονικό εμπόριο και κινητό εμπόριο**

- Κυβερνοπόλεμοι
- Ψηφιακά κουπόνια
- Παιχνιδοποίηση
- Παγκόσμια συστήματα πληρωμών
- IBM Smarter Commerce
- Κινητές εφαρμογές
- Κινητή τραπεζική
- Κινητές αγορές/πωλήσεις
- Κινητά βίντεο και διαφήμιση
- Νέα εργαλεία υποβοήθησης αγορών (τα οποία πρέπει να έχουν οι πελάτες)
- Νέες φορετές υπολογιστικές εφαρμογές, όπως έξυπνα γυαλιά, έξυπνες πόλεις και έξυπνα αυτοκίνητα

- 2. Τεχνολογία ΗΕ**

- Επαυξημένη πραγματικότητα
- Πληθοπορισμός
- Συσκευές μικροπληρωμών
- Μεγάλα δεδομένα στο ΗΕ και η ανάλυσή τους
- Ηλεκτρονικές πληρωμές, περιλαμβανομένου και του Bitcoin
- Ανάπτυξε τις δικές σου εφαρμογές
- IBM Pure Data Systems για επεξεργασία αναλυτικών δεδομένων
- Το Internet των Πραγμάτων
- Επικοινωνίες μηχανής με μηχανή
- Νέες συσκευές για ηλεκτρονική εκμάθηση
- Τρισδιάστατη εκτύπωση και ΗΕ
- Φορετές συσκευές

- 3. Θέματα Διοίκησης**

- Τα ζητήματα που περιβάλουν την πρωτοβουλία Φέρε την Δική σου Συσκευή
- Συνεργατικός στρατηγικός σχεδιασμός
- Πληθοχρηματοδότηση
- Καινοτομία και βελτίωση της απόδοσης
- Φόρος πωλήσεων Internet
- Νέες όψεις του ηλεκτρονικού ανταγωνισμού
- Διαμοιραζόμενη οικονομία (οικονομία P2P)
- Οι μικροί έμποροι λιανικής γίνονται παγκόσμιοι

- 4. Θέματα κοινωνικών μέσων και εμπορίου**

- Collaboration 2.0 (κοινωνική συνεργασία)
- Νέες μέθοδοι συλλογής και ανάλυσης δεδομένων κοινωνικής δικτύωσης
- Παιχνιδοποίηση σε κοινωνικά δίκτυα
- Καινοτομία και δημιουργικότητα στο κοινωνικό εμπόριο
- Δανειοδότηση P2P κι άλλες δραστηριότητες P2P
- Ανάλυση συναισθήματος
- Αγορές εικονικών αγαθών
- Κοινωνικοί πελάτες
- Κοινωνικά γράφημα
- Πλαίσια εργασίας, χαρακτηριστικά και εργαλεία κοινωνικών μέσων

- Μηχανές αναζήτησης κοινωνικών μέσων (κοινωνική αναζήτηση)
- Κοινωνική τηλεόραση και κοινωνικό ραδιόφωνο
- Μετασχηματισμός παραδοσιακών εταιρειών σε κοινωνικές επιχειρήσεις

5. Νέες μελέτες περιπτώσεων

Παρακάτω αναφέρουμε ορισμένες νέες μελέτες περιπτώσεων:

Starbucks, Pinterest, Cemax του Μεξικού, P&G, Sony USA, Λιμάνι της Μαδαγασκάρης, Ret Hat, Axon της Νέας Ζηλανδίας, Yodobuchi (Ιαπωνία), Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση στην Γερμανία, έξυπνες κάρτες πολλαπλών χρήσεων στην Κορέα, iRobot, Telstra (Αυστραλία), Etsy, Del Monte, Polyvore και I am Hungry (μια περίπτωση αποτυχίας).

6. Νέα Χαρακτηριστικά

Εκτός των συνηθισμένων χαρακτηριστικών του βιβλίου (που συζητούνται παρακάτω) προσθέσαμε:

- Πολλές συνδέσεις προς πόρους, παραδείγματα και βίντεο
- Πολλά παραδείγματα κινητών εφαρμογών
- Συνοπτικές περιπτώσεις σε βίντεο (ως ασκήσεις)

7. Wikipedia κι άλλοι πόροι που βασίζονται σε wikis

Λόγω ζητημάτων πνευματικών δικαιωμάτων και ορισμένων ζητημάτων ποιότητας, εξαλείψαμε περιεκτικές απ' την Wikipedia και από παρόμοιους πόρους, που βασίζονται σε wikis. Επίσης, αυτοί οι πόροι εξελίσσονται και αλλάζουν. Παρά ταύτα, συνιστούμε ανεπιφύλακτα στους καθηγητές να ενθαρρύνουν τους φοιτητές τους να εξετάζουν αυτούς τους πόρους. Σημειώστε ότι η Wikipedia παρέχει πληροφορίες για την πληρότητα και την ποιότητα πολλών απ' τις καταχωρίσεις της. Έτσι, οι καθηγητές πρέπει να μελετούν τις καταχωρίσεις πριν να τις συνιστούν στους φοιτητές τους.

• Ηλεκτρονικά μαθήματα

Παρέχουμε πέντε ηλεκτρονικά μαθήματα, που σχετίζονται με την τεχνολογία (αντί των 12 του βιβλίου HE 2012).

Τα παρακάτω μαθήματα δεν σχετίζονται με κανένα συγκεκριμένο κεφάλαιο. Καλύπτουν τα ουσιώδη των τεχνολογιών HE και παρέχουν έναν οδηγό προς σχετικούς πόρους.

T1 – Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες, eCRM

T2 – Τεχνολογία HE: EDI, Εξωδίκτυο, RFID και υπολογιστικό νέφος

T3 – Επιχειρησιακή ευφυΐα και επεξεργασία αναλυτικών δεδομένων, δεδομένα και κείμενο και εξόρυξη του Web

T4 – Ανταγωνισμός στον κυβερνοχώρο

T5 – Ηλεκτρονική συνεργασία

Τα μαθήματα διατίθενται στο affordable-ecommerce-textbook.com/turban.

Οι Στόχοι Εκμάθησης του Βιβλίου

Όταν ολοκληρώσει αυτό το βιβλίο, ο αναγνώστης θα μπορεί:

1. Να ορίζει όλους τους τύπους συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και να περιγράφει τα κύρια επιχειρησιακά μοντέλα και μοντέλα εσόδων.
2. Να περιγράφει όλους τους κύριους μηχανισμούς, που χρησιμοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο.
3. Να περιγράφει όλες τις μεθόδους και όλα τα μοντέλα πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών με ηλεκτρονικό τρόπο.
4. Να κατανοεί όλες τις δραστηριότητες επιχείρησης προς επιχείρηση, περιλαμβανομένων των πωλήσεων, των ηλεκτρονικών προμηθειών, των δημοπρασιών και της συνεργασίας.

5. Να περιγράφει άλλα χαρακτηριστικά του ΗΕ, εκτός των ηλεκτρονικών πωλήσεων, όπως είναι η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, η ηλεκτρονική εκμάθηση/κατάρτιση και η ηλεκτρονική συνεργασία.
6. Να περιγράφει την σημαντικότητα του κινητού εμπορίου, το περιεχόμενο και την υλοποίησή του.
7. Να περιγράφει τα κοινωνικά δίκτυα, τους κοινωνικούς πελάτες, τους εικονικούς κόσμους και το κοινωνικό λογισμικό, ως συστήματα διευκόλυνσης του ηλεκτρονικού εμπορίου.
8. Να περιγράφει το τοπίο των εφαρμογών κοινωνικού εμπορίου, περιλαμβανομένων των κοινωνικών αγορών και της κοινωνικής διαφήμισης, του κοινωνικού CRM, της κοινωνικής ψυχαγωγίας και του πληθοπορισμού.
9. Να περιγράφει τα συστήματα κοινωνικών επιχειρήσεων.
10. Να κατανοεί την συμπεριφορά του ηλεκτρονικού πελάτη.
11. Να περιγράφει το μάρκετινγκ και την διαφήμιση στο περιβάλλον του Web.
12. Να περιγράφει ζητήματα ασφάλειας και τις λύσεις τους στο ηλεκτρονικό εμπόριο.
13. Να περιγράφει την χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών, περιλαμβανομένων των κινητών πληρωμών, στο ηλεκτρονικό εμπόριο.
14. Να κατανοεί την εκπλήρωση παραγγελιών στο ηλεκτρονικό εμπόριο και την σχέση της με την διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας.
15. Να κατανοεί την στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου και να περιγράφει την διεργασία και τα βήματά της, που περιλαμβάνουν την αιτιολόγηση, τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την αποτίμησή της.
16. Να περιγράφει τα παγκόσμια στοιχεία του ηλεκτρονικού εμπορίου.
17. Να εξηγεί τα ζητήματα χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από εταιρίες μικρού και μεσαίου μεγέθους.
18. Να κατανοεί τα ηθικά, νομικά, κοινωνικά και επιχειρηματικά περιβάλλοντα, μέσα στα οποία λειτουργεί το ηλεκτρονικό εμπόριο.
19. Να περιγράφει τις επιλογές πρόσκτησης ή δημιουργίας συστημάτων ΗΕ.

Χαρακτηριστικά του Βιβλίου

Αρκετά χαρακτηριστικά είναι μοναδικά σ' αυτό το βιβλίο.

Το Πληρέστερο Διδακτικό Βιβλίο για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το βιβλίο αυτό είναι τη πληρέστερο διδακτικό βιβλίο για θέματα ΗΕ. Καλύπτει περισσότερα θέματα από κάθε άλλο βιβλίο και παρέχει πάρα πολλά παραδείγματα και μελέτες περιπτώσεων, καθώς και συνδέσεις προς πόρους και παραπομπές.

Προσανατολισμός προς την Διοίκηση

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να προσεγγιστεί από δύο βασικές σκοπιές: τεχνολογική και διοικητική. Το βιβλίο αυτό χρησιμοποιεί την δεύτερη προσέγγιση. Οι περισσότερες από τις παρουσιάσεις αφορούν σε εφαρμογές και υλοποίηση ΗΕ. Αλλά όμως, αναγνωρίζουμε την σημασία της τεχνολογίας και έτσι παρουσιάζουμε τα βασικά της ασφάλειας στο Κεφάλαιο 10 και τα βασικά της υποδομής και της ανάπτυξης συστημάτων στο Κεφάλαιο 16. Επίσης παρέχουμε πιο αναλυτικό τεχνολογικό υλικό στα πέντε ηλεκτρονικά μαθήματα του βιβλίου στον ιστότοπο του βιβλίου (affordable-ecommerce-textbook.com/turban). Θέματα διοίκησης παρέχονται επίσης στο τέλος κάθε κεφαλαίου.

Πεπειραμένοι Συγγραφείς και Συνεισφέροντες

Σε αντίθεση με άλλα βιβλία ΗΕ που έχουν γραφεί από ένα ή δύο συγγραφείς, οι οποίοι ισχυρίζονται ότι είναι πολυμαθείς, εμείς έχουμε μια ποικιλόμορφη ομάδα συγγραφέων, που είναι ειδικοί σε διάφορους τομείς, όπως ένας ανώτατος αντιπρόεδρος σε μια εταιρεία που σχετίζεται με ηλεκτρονικό εμπόριο. Έχει γίνει επιμέλεια όλων των συνεισφορών, για να διασφαλιστεί η ποιότητα και η ομοιομορφία τους.

Προσανατολισμός προς τον Πραγματικό Κόσμο

Εκτεταμένα, ζωντανά παραδείγματα από μεγάλους οργανισμούς, μικρές επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους και υπηρεσίες, κυβερνήσεις και από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς κάνουν τις αρχές σαφείς. Αυτά τα παραδείγματα, τα οποία συλλέχτηκαν από ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες, δείχνουν στους φοιτητές τις δυνατότητες του ΗΕ, το κόστος την αιτιολόγησή του και τους καινοτόμους τρόπους με τους οποίους πραγματικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ΗΕ στις λειτουργίες τους.

Στέραιο Θεωρητικό Υπόβαθρο και Ερευνητικές Προτάσεις

Σε όλο το βιβλίο παρουσιάζουμε τις θεωρητικές βάσεις που είναι αναγκαίες για κατανόηση του ΗΕ, οι οποίες ποικίλουν από την συμπεριφορά καταναλωτών μέχρι την οικονομική θεωρία του ανταγωνισμού. Ακόμη, παρέχουμε πόρους ιστότοπων, πολλές ασκήσεις και εκτεταμένες παραπομπές ώστε να συμπληρώσουμε τις θεωρητικές παρουσιάσεις. Στο τέλος κάθε κεφαλαίου παρέχουμε μια λίστα ηλεκτρονικών πόρων με συνδέσεις προς τον ιστότοπό τους.

Πολύ Καινούρια και Σύγχρονα Θέματα

Το βιβλίο αυτό παρουσιάζει τα πιο καινούρια θέματα του ΗΕ, όπως γίνεται προφανές από τις πολλές περικοπές απ' το 2013, ως το 2014 που αναφέρονται. Τέλος, εισάγουμε μερικές από τις νέες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου όπως τις Pinterest, Instagram, Volusion και Shopify.

Ολοκληρωμένα Συστήματα

Σε αντίθεση με άλλα βιβλία που δίνουν έμφαση σε μεμονωμένα συστήματα, που βασίζονται στο Internet, εμείς δίνουμε έμφαση σε ολοκληρωμένα συστήματα, τα οποία υποστηρίζουν όλο τον κύκλο ζωής του ηλεκτρονικού εμπορίου. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα συστήματα που βασίζονται στα κοινωνικά δίκτυα, επειδή αυτά είναι οι πιο πρόσφατες εξελίξεις στο παγκόσμιο ΗΕ, στο κινητό εμπόριο και στις εφαρμογές που βασίζονται στο Web.

Παγκόσμια Προοπτική

Η σημασία του διεθνούς ανταγωνισμού, των συνεταιρισμών και των εμπορικών ανταλλαγών αυξάνει γρήγορα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διευκολύνει τις εξαγωγές και τις εισαγωγές, την διαχείριση πολυεθνικών εταιριών και τις ηλεκτρονικές ανταλλαγές σε διεθνές επίπεδο. Μέσα στο βιβλίο παρέχονται και διεθνή παραδείγματα. Η μεγαλύτερη εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο, η Alibaba Group, παρουσιάζεται στο Κεφάλαιο 4. Οι συγγραφείς και οι συνεισφέροντες είναι από τις Η.Π.Α., το Μακάο (Κίνα), την Κορέα, την Γερμανία, την Ταϊβάν, την Βραζιλία, την Αυστραλία και τις Φιλιππίνες. Τα παραδείγματα και οι μελέτες περιπτώσεων που παρουσιάζονται είναι από πάνω από 20 χώρες.

Επιχειρήσεις Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους

Σε όλο το βιβλίο παρέχουμε συζητήσεις και παραδείγματα μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, εκτός των συζητήσεων που κάνουμε για μεγάλες επιχειρήσεις.

Ο Δημόσιος Τομέας

Σε πολλά σημεία, καλύπτουμε το θέμα του ηλεκτρονικού εμπορίου σε κυβερνήσεις και σε άλλους δημόσιους και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Διακλαδική Προσέγγιση

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι διακλαδικό απ' την φύση του κι αυτό το στοιχείο θα το δείξουμε σε όλο το βιβλίο. Οι κυριότεροι σχετικοί κλάδοι είναι η Λογιστική, τα Οικονομικά, τα Πληροφοριακά Συστήματα, το Μάρκετινγκ, το Μάνατζμεντ και η Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων. Επίσης, σχετικοί είναι ορισμένοι μη επιχειρηματικοί κλάδοι, ειδικά η Δημόσια Διοίκηση, η Επιστήμη των Υπολογιστών, η Κοινωνιολογία, η Τεχνολογία, η Ψυχολογία, οι Πολιτικές Επιστήμες και θέματα Νομοθεσίας. Τέλος, τα Οικονομικά παίζουν έναν βασικό ρόλο στην κατανόηση του ΗΕ.

Αποτυχίες του ΗΕ και Αξιοποίηση Διδαγμάτων

Εκτός των ιστοριών επιτυχημένου ΗΕ, παρουσιάζουμε επίσης και αποτυχίες του ΗΕ και, όπου είναι δυνατό, αναλύουμε τους λόγους των αποτυχιών με αξιοποίηση των διδαγμάτων (π.χ. στην εισαγωγική περίπτωση του Κεφαλαίου 16).

Υποστήριξη Online

Περισσότερα από 50 αρχεία διατίθενται online, για να συμπληρώσουν το υλικό του βιβλίου, κατανεμημένα ανά κεφάλαιο. Αυτά διατίθενται στο affordable-ecommerce-textbook.com/turban.

Φιλικότητα προς τον Χρήστη

Ενώ καλύπτει όλα τα βασικά θέματα του ΗΕ, αυτό το βιβλίο είναι σαφές, απλό και σωστά οργανωμένο. Παρέχει όλους τους βασικούς ορισμούς και όρους, καθώς και λογική εννοιολογική υποστήριξη. Ακόμη, το βιβλίο είναι εύκολο να το κατανοήσετε και να το παρακολουθήσετε και γεμάτο με ενδιαφέροντα πραγματικά παραδείγματα που κρατούν το ενδιαφέρον του αναγνώστη αμείωτο. Στο τέλος κάθε ενότητας υπάρχουν ερωτήσεις ανασκόπησης, έτσι ώστε να μπορεί ο αναγνώστης να αφομοιώσει το νέο υλικό.

Συνδέσεις, Συνδέσεις, Συνδέσεις

Μέσα σε αυτό το βιβλίο, ο αναγνώστης θα βρει αρκετές εκατοντάδες συνδέσεις προς χρήσιμους πόρους, που συμπληρώνουν όλα τα θέματα και παρέχουν ενημερωμένες πληροφορίες. Σημείωση: Μερικές απ' αυτές τις συνδέσεις μπορούν με την πάροδο του χρόνου να αλλάξουν.

Άλλα Αξιοσημείωτα Χαρακτηριστικά

1. Σε κάθε κεφάλαιο διατίθενται πέντε ως δέκα θέματα για συζήτηση από κάθε φοιτητή και επτά ως δώδεκα θέματα για συζήτηση και επιχειρηματολογία μέσα στην τάξη.
2. Σε κάθε κεφάλαιο διατίθεται μια εργασία για την τάξη, που αναφέρεται στην αρχική περίπτωση.
3. Περιλαμβάνεται μια εργασία για την τάξη, που απαιτεί να παρακολουθήσετε ένα ή περισσότερα συνοπτικά βίντεο (3-10 λεπτά) για μια ορισμένη τεχνολογία ή μια μίνι περίπτωση, που ακολουθείται από ερωτήσεις ή κάποια άλλη εμπλοκή του φοιτητή.
4. Μέσα στο βιβλίο προτείνονται βίντεο, τα οποία σχετίζονται με συγκεκριμένα θέματα, ενώ ορισμένα σχετίζονται με μελέτες περιπτώσεων.
5. Χρησιμοποιούνται περισσότερα από 75 παραδείγματα απ' τον πραγματικό κόσμο, τα οποία αναφέρονται σε συγκεκριμένα θέματα.
6. Στόχοι εκμάθησης για όλο το βιβλίο παρέχονται μέσα σε αυτό τον πρόλογο.

Οργάνωση του Βιβλίου

Το βιβλίο αποτελείται από 16 κεφάλαια, τα οποία ομαδοποιούνται σε 5 μέρη.

Μέρος Ι – Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Αγορές

Στο Μέρος Ι παρέχουμε μια επισκόπηση του σημερινού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, καθώς και των θεμελιωδών αρχών του ΗΕ και τμήματος της ορολογίας του (Κεφάλαιο 1). Μια συζήτηση για τις ηλεκτρονικές αγορές και τους μηχανισμούς και τις επιπτώσεις τους παρέχεται στο Κεφάλαιο 2, όπου δίνουμε ιδιαίτερη προσοχή στους μηχανισμούς του ΗΕ, που ποικίλουν απ' τα παραδοσιακά καλάθια αγορών μέχρι τα κοινωνικά δίκτυα και τα εργαλεία κοινωνικού λογισμικού. Επίσης, μέσα σ' αυτό το κεφάλαιο, εισάγουμε την επταετή πραγματικότητα, τον πληθοπορισμό και τους εικονικούς κόσμους, ως πλατφόρμες για ΗΕ.

Μέρος 2 – Εφαρμογές ΗΕ

Στο Μέρος II περιγράφουμε τις εφαρμογές ΗΕ σε τρία κεφάλαια. Στο Κεφάλαιο 3 αναφερόμαστε στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο και στις βιομηχανίες ηλεκτρονικών υπηρεσιών (π.χ. ταξίδια, ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές), σε ότι αυτές σχετίζονται με ατομικούς καταναλωτές. Στο Κεφάλαιο 4 μελετούμε τα κύρια μοντέλα B2B, που περιλαμβάνουν τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες, τις ηλεκτρονικές ανταλλαγές, τις ηλεκτρονικές προμήθειες και τις ηλεκτρονικές αγορές (θέσεις αγορών). Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζουμε αρκετές εφαρμογές που δεν αφορούν πωλήσεις, όπως ηλεκτρονική διακυβέρνηση, ηλεκτρονική εκμάθηση, ηλεκτρονικά βιβλία, συνεργατικό εμπόριο και ΗΕ άτομο προς άτομο.

Μέρος III – Αναδυόμενες Πλατφόρμες ΗΕ

Το Κεφάλαιο 6 μελετά την ανάπτυξη εφαρμογών μέσα στον κόσμο του ασύρματου ΗΕ (κινητό εμπόριο, κινητό εμπόριο βάσει τοποθεσίας και διεισδυτική υπολογιστική). Επίσης, καλύπτουμε το Internet των Πραγμάτων, τα έξυπνα συστήματα και τις φορητές συσκευές. Στο Κεφάλαιο 7, μελετούμε τον κόσμο του μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων και το κοινωνικό CRM. Το Κεφάλαιο 8 καλύπτει τα επιχειρηματικά κοινωνικά δίκτυα, τον πληθοπορισμό και άλλες εφαρμογές κοινωνικών μέσων.

Μέρος IV – Υπηρεσίες Υποστήριξης ΗΕ

Αυτό το μέρος του βιβλίου περιέχει τέσσερα κεφάλαια. Το Κεφάλαιο 9 αναφέρεται στην συμπεριφορά του ηλεκτρονικού καταναλωτή, στην έρευνα αγοράς και στην διαφήμιση. Το Κεφάλαιο 10 αρχίζει με μια συζήτηση για την ανάγκη προστασίας συστημάτων ΗΕ. Επίσης περιγράφει διάφορους τύπους επιθέσεων εναντίον συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και των χρηστών τους, περιλαμβανομένων των θεμάτων απάτης και πώς να ελαχιστοποιήσετε αυτούς τους κινδύνους μέσω κατάλληλων προγραμμάτων ασφάλειας. Το κεφάλαιο ασχολείται επίσης με τις διάφορες όψεις των κυβερνοπολέμων. Το Κεφάλαιο 11 περιγράφει μια κύρια υπηρεσία υποστήριξης ΗΕ: ηλεκτρονικές πληρωμές, περιλαμβανομένων και των κινητών πληρωμών. Το Κεφάλαιο 12 επικεντρώνεται στην εκπλήρωση παραγγελιών, στην βελτίωση της εφοδιαστικής αλυσίδας και στον ρόλο του RFID και του CPFR.

Μέρος V – Στρατηγική και Υλοποίηση ΗΕ

Το Κεφάλαιο 13 συζητά θέματα στρατηγικής για την υλοποίηση και την ανάπτυξη του ΗΕ. Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει επίσης το διεθνές ΗΕ και το ΗΕ για μικρές επιχειρήσεις. Το Κεφάλαιο 14 ασχολείται με θέματα υλοποίησης, επικεντρώνοντας την προσοχή του στην αιτιολόγηση και στην ανάλυση κόστους-οφέλους, στα θέματα αγοράς και ανάπτυξης συστημάτων και στις επιπτώσεις του ΗΕ σε οργανισμούς. Το Κεφάλαιο 15 μελετά τα νομικά, ηθικά και κοινωνικά θέματα, επικεντρώνοντας την προσοχή του σε ρυθμιστικά ζητήματα, ζητήματα ιδιωτικότητας και στην Πράσινη ΤΠ. Το Κεφάλαιο 16 είναι μοναδικό. Περιγράφει πώς να κτίσετε μια ηλεκτρονική επιχείρηση απ' την αρχή, καθώς και πώς να προσθέσετε έργα ηλεκτρονικού εμπορίου σε συμβατικές επιχειρήσεις. Επίσης καθοδηγεί τον αναγνώστη μέσα σε όλα τα κύρια βήματα δημιουργίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και σας δίνει οδηγίες για να είστε επιτυχημένοι.

Βοηθήματα Εκμάθησης

Το βιβλίο περιέχει αρκετά βοηθήματα εκμάθησης, που μπορούν να βοηθήσουν τον αναγνώστη.

- **Διάρθρωση Κεφαλαίου.** Μια λίστα των κύριων επικεφαλίδων («Περιεχόμενα») στην αρχή κάθε κεφαλαίου παρέχει μια γρήγορη επισκόπηση των βασικών θεμάτων που καλύπτονται στο κεφάλαιο.
- **Στόχοι Εκμάθησης.** Οι στόχοι εκμάθησης στην αρχή κάθε κεφαλαίου βοηθούν τους φοιτητές να επικεντρώσουν τις προσπάθειές τους και να δώσουν προσοχή στα σημαντικά θέματα, που θα συζητηθούν. Επιπρόσθετα, παρατηρήστε τους νέους στόχους εκμάθησης, που έχουν προστεθεί για όλο το βιβλίο.
- **Αρχικό Χρονογράφημα.** Κάθε κεφάλαιο ανοίγει με ένα πραγματικό παράδειγμα, που δείχνει την σημασία του ΗΕ στις μοντέρνες επιχειρήσεις. Αυτά τα παραδείγματα επελέγησαν προσεκτικά, ώστε να έλκουν την προσοχή σε κύρια θέματα που συζητούνται μέσα στα κεφάλαια. Μετά από κάθε αρχικό χρονογράφημα ακολουθεί μια μικρή ενότητα με τίτλο «Αξιοποίηση Διδαγμάτων», η οποία συνδέει τα σημαντικά θέματα, που αναφέρονται μέσα στο χρονογράφημα με το θέμα που συζητείται μέσα στο κεφάλαιο.
- **Περιπτώσεις Εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου.** Αυτές οι περιπτώσεις εφαρμογών δίνουν έμφαση σε πραγματικά προβλήματα, που συνάντησαν οργανισμοί, καθώς προσπαθούσαν να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν ΗΕ. Μετά από κάθε εφαρμογή ακολουθούν ερωτήσεις, που βοηθούν τον αναγνώστη να εστιάσει την προσοχή του στις επιπτώσεις της εφαρμογής.
- **Πραγματικές Περιπτώσεις.** Δεκάδες παραδείγματα επιδεικνύουν πώς εφαρμόζονται οι αρχές και τα εργαλεία του ΗΕ. Τα παραδείγματα αυτά συνήθως συνδέονται με λεπτομερείς περιγραφές.
- **Εικόνες και Πίνακες.** Υπάρχουν πάρα πολλές εικόνες και πίνακες, που επεκτείνουν και συμπληρώνουν την παρουσίαση των θεμάτων του βιβλίου.
- **Ερωτήσεις Ανασκόπησης.** Κάθε ενότητα τελειώνει με μια σειρά ερωτήσεων ανασκόπησης για την συγκεκριμένη ενότητα. Αυτές οι ερωτήσεις στοχεύουν να βοηθήσουν τους αναγνώστες να ανακεφαλαιώσουν τις αρχές που εισάγονται και να αφομοιώσουν τα ουσιώδη στοιχεία κάθε ενότητας, πριν να προχωρήσουν στο επόμενο θέμα.
- **Γλωσσάρι και Όροι Κλειδιά.** Κάθε όρος ορίζεται μέσα στο κείμενο, την πρώτη φορά που εμφανίζεται. Επίσης, στο τέλος κάθε κεφαλαίου αναφέρεται μια αλφαβητική λίστα των όρων κλειδιών.
- **Θέματα Διοίκησης.** Η τελευταία ενότητα κάθε κεφαλαίου μελετά μερικά απ' τα ειδικά θέματα που αντιμετωπίζουν οι διευθυντές, όπως προσαρμόζονται στις κυβερνοεπιχειρήσεις. Αυτά τα θέματα αναφέρονται σαν ερωτήσεις, για να μεγιστοποιήσουν την εμπλοκή του αναγνώστη μ' αυτά.
- **Περίληψη Κεφαλαίου.** Η περίληψη κεφαλαίου συνδέεται με τους στόχους εκμάθησης που εισάγονται στην αρχή κάθε κεφαλαίου.
- **Ασκήσεις Τέλους Κεφαλαίου.** Διάφοροι τύποι ερωτήσεων μετρούν την κατανόηση των θεμάτων από τους φοιτητές και την δυνατότητά τους να εφαρμόσουν τις γνώσεις. Οι Ερωτήσεις για Συζήτηση έχουν στόχο να προωθήσουν την συζήτηση στην τάξη και να προκαλέσουν τους φοιτητές να εκφράσουν τις απόψεις τους για σχετικά θέματα. Τα Θέματα για Συζήτηση και για Ανταλλαγή Επιχειρημάτων στην Τάξη προωθούν τον διάλογο και αναπτύσσουν την κριτική σκέψη. Οι Ασκήσεις Internet είναι δύσκολες ασκήσεις που ζητούν απ' τους φοιτητές να πλοηγηθούν στο Internet και να εφαρμόσουν αυτά που έχουν μάθει. Περίπου 250 πρακτικές ασκήσεις στέλνουν τους φοιτητές σε ενδιαφέροντες ιστότοπους και να εφαρμόσουν αυτά που έχουν μάθει. Υπάρχουν περισσότερες από 250 πρακτικές ασκήσεις, οι οποίες στέλνουν τους φοιτητές σε ενδιαφέροντες ιστότοπους, για να κάνουν έρευνα, να μάθουν για εφαρμογές, να καταφορτώσουν επιδείξεις ή να κάνουν έρευνα για τεχνολογία αιχμής. Οι ομαδικές ασκήσεις είναι εργασίες για όλη την τάξη και έχουν στόχο να καλλιεργήσουν την ομαδική εργασία.

- **Τελικές Περιπτώσεις Εφαρμογών.** Κάθε κεφάλαιο κλείνει με μια πλήρη περίπτωση, η οποία παρουσιάζεται εκτενέστερα από τις περιπτώσεις εφαρμογών ΗΕ, που περιέχονται μέσα στο κεφάλαιο. Κάθε περίπτωση εφαρμογής ακολουθείται από μια σειρά ερωτήσεων, που συσχετίζουν την περίπτωση με τα θέματα που καλύπτονται μέσα στο κεφάλαιο.
- **Λίστα Online Πόρων.** Στο τέλος κάθε κεφαλαίου, παρέχουμε μια λίστα με τα online αρχεία του κεφαλαίου με μια συνοπτική περιγραφή των περιεχομένων τους. Επίσης παρέχουμε μια λίστα των διευθύνσεων του Web, που συνδέονται προς σχετικούς πόρους, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συμπληρώσουν το κεφάλαιο.

Συμπληρωματικό Υλικό

Το παρακάτω υλικό διατίθεται για υποστήριξη αυτού του βιβλίου.

- Το **Εγχειρίδιο του Καθηγητή**, που έχει γραφεί από τον Jon C. Outland, περιλαμβάνει απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις για ανασκόπηση και συζήτηση, σε ασκήσεις και σε ερωτήσεις περιπτώσεων.
- Το **Αρχείο Θεμάτων Εξετάσεων** περιλαμβάνει ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, σωστού/λάθους και πλήρους απάντησης για κάθε κεφάλαιο. Έχει γραφεί απ' τον Jon C. Outland.
- Οι **Σημειώσεις Μαθημάτων σε PowerPoint**, που γράφτηκαν από την Judy Lang, τονίζουν τα σημαντικά σημεία και σχετίζονται με τους στόχους εκμάθησης του βιβλίου.

Συνοδευτικός Ιστότοπος: (affordable-ecommerce-textbook.com/turban)

Το βιβλίο υποστηρίζεται από ένα συνοδευτικό ιστότοπο, που περιλαμβάνει:

- Πέντε online μαθήματα
- Πρόσθετες Περιπτώσεις Εφαρμογών ΗΕ κι άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία μπορείτε να βρείτε στα online αρχεία κάθε κεφαλαίου.

Συνεισφέροντες

Οι παρακάτω συνεισέφεραν υλικό γι' αυτήν την έκδοση:

- Η Linda Lai ενημέρωσε το Κεφάλαιο 3 και δημιούργησε το Κεφάλαιο 16.
- Ο Fabio Cipriani συνεισέφερε τις διαφάνειές της για το eCRM και για το κοινωνικό CRM στα Κεφάλαια 1 και 7.
- Ο San Murugesan συνεισέφερε το Κεφάλαιο 8 και τα Online Μαθήματα.
- Η Judy Lang ενημέρωσε υλικό σε αρκετά κεφάλαια και έκανε υποστηρικτική έρευνα.
- Ο Ivan C. Seballos II συνεισέφερε τις νέες εικόνες και βοήθησε στην ενημέρωση αρκετών κεφαλαίων.
- Οι Jørg Blankenbach και Christian Hickel συνεισέφεραν στην τελική περίπτωση εφαρμογής του Κεφαλαίου 5.
- Η Judy Strauss συνεισέφερε ένα παράδειγμα στο Κεφάλαιο 13.

Ευχαριστίες

Πολλοί άνθρωποι μας βοήθησαν να γράψουμε αυτό το βιβλίο. Οι παρατηρήσεις μας ερχόταν μέσω κριτικών και μέσω μιας ομάδας μελέτης. Είμαστε ευγνώμονες σε αυτούς τους ανθρώπους για τις συνεισφορές τους.

Αρκετά άτομα μας βοήθησαν με την έρευνα και με την διαχειριστική εργασία. Ευχαριστούμε όλα αυτά τα άτομα για την αφοσίωση και την εξαιρετική επιμέλεια, που επέδειξαν κατά την διάρκεια αυτού του έργου.

Επίσης θέλουμε να ευχαριστήσουμε τους διάφορους οργανισμούς και εταιρείες, που μας έδωσαν την άδεια να αναπαράγουμε το υλικό τους. Τέλος, ευχαριστούμε την Judy Lang, την επιμελήτρια ανάπτυξης του βιβλίου, η οποία ξόδεψε πολλές ώρες δίνοντάς μας καινοτόμες ιδέες και κάνοντας την απαραίτητη επιμέλεια της έκδοσης.

Θέλουμε να αναφερθούμε ιδιαίτερα στην βοήθεια που μας παρείχε η ομάδα του εκδοτικού οίκου Springer, υπό την καθοδήγηση των Neil Levine, Matthew Amboy και Christine Crigler. Επίσης θέλουμε να ευχαριστήσουμε τον Ramesh Sharda (Oklahoma State University) για την καθοδήγηση και τις συμβουλές του.

Κριτικοί

Στις προηγούμενες εκδόσεις του βιβλίου έγραψαν κριτικές πολλοί καθηγητές.

Θέλουμε να τους ευχαριστήσουμε όλους για τα πολύτιμα σχόλια που μας έκαναν. Επίσης ευχαριστούμε τους κριτικούς αυτής της έκδοσης, τους ανώνυμους αναγνώστες από τα παρακάτω πανεπιστήμια: Franklin Pierce University, University of Maryland, California State University, Clark State Community College και University of Houston, οι οποίοι μας παρείχαν πολύ χρήσιμες και περιεκτικές κριτικές.

Περιεχόμενα

Μέρος Ι Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Αγορές

1	Επισκόπηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	3
	Αρχική Περίπτωση: Πώς τα Starbucks Αλλάζουν σε μια Ψηφιακή και Κοινωνική Επιχείρηση	3
1.1	Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Ορισμοί και Έννοιες	7
	Ορισμός του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	7
	Ορισμός του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	7
	Κύριες Έννοιες του ΗΕ	7
	Ηλεκτρονικές Αγορές και Ηλεκτρονικά Δίκτυα	8
1.2	Το Πεδίο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου: Ανάπτυξη, Περιεχόμενο, Κατάταξη και Συνοπτικό Ιστορικό	8
	Το Περιεχόμενο και το Πλαίσιο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	8
	Ένα Πλαίσιο ΗΕ	9
	Κατάταξη του ΗΕ με Βάση την Φύση των Συναλλαγών και τις Σχέσεις Ανάμεσα στους Συμμετέχοντες	10
	Συνοπτικό Ιστορικό του ΗΕ	11
	Περίπτωση 1.1: Net-a-Porter: Αγορά Ενδυμάτων με Ηλεκτρονικό Τρόπο	13
1.3	Κινητήριες Δυνάμεις και Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	15
	Οι Κινητήριες Δυνάμεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	15
	Τα Οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	15
1.4	Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2.0: Από το Κοινωνικό Εμπόριο στους Εικονικούς Κόσμους	16
	Κοινωνική Υπολογιστική	16
	Web 2.0	17
	Κοινωνικά Μέσα	18
	Κοινωνικά Δίκτυα και Υπηρεσίες Κοινωνικών Δικτύων	18
	Επιχειρηματικά Κοινωνικά Δίκτυα	19
	Κοινωνικό Εμπόριο	19
	Εικονικοί Κόσμοι και Second Life	20
	Τα Κύρια Εργαλεία του Web 2.0	20
1.5	Οι Ψηφιακοί και οι Κοινωνικοί Κόσμοι: Οικονομία, Επιχειρήσεις και Κοινωνία	20
	Η Ψηφιακή Οικονομία	21
	Η Ψηφιακή Επιχείρηση	22
	Η Κοινωνική Εταιρεία (Επιχείρηση)	23
	Η Ψηφιακή Επανάσταση και η Κοινωνία	24
1.6	Το Μεταβαλλόμενο Επιχειρηματικό Περιβάλλον, οι Αποκρίσεις της Επιχείρησης και η Υποστήριξη από το ΗΕ και την ΤΠ	27
	Το Μεταβαλλόμενο Επιχειρηματικό Περιβάλλον	28
	Απόδοση, Επιχειρηματικές Πιέσεις και Αποκρίσεις της Επιχείρησης και Υποστήριξη ΗΕ	28

1.7	Επιχειρησιακά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	31
	Η Δομή και οι Ιδιότητες των Επιχειρησιακών Μοντέλων	31
	Τυπικά Επιχειρησιακά Μοντέλα ΗΕ	33
	Κατάταξη των Επιχειρησιακών Μοντέλων στο ΗΕ	34
1.8	Οι Περιορισμοί, οι Επιπτώσεις και το Μέλλον του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	34
	Οι Περιορισμοί και οι Φραγμοί του ΗΕ.....	34
	Γιατί Μελετούμε το Ηλεκτρονικό Εμπόριο;	35
	Το Μέλλον του ΗΕ.....	36
1.9	Επισκόπηση του Βιβλίου.....	37
	Μέρος Ι: Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις Ηλεκτρονικές Αγορές.....	37
	Μέρος ΙΙ: Εφαρμογές ΗΕ.....	38
	Μέρος ΙΙΙ: Αναδυόμενες Πλατφόρμες ΗΕ.....	38
	Μέρος ΙV: Υπηρεσίες Υποστήριξης ΗΕ.....	38
	Μέρος V: Στρατηγική και Υλοποίηση ΗΕ.....	38
	Online Tutorials.....	38
	Online Συμπληρώματα	38
	Θέματα Διοίκησης.....	38
	Τελική Περίπτωση: Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Εθνική Ομοσπονδία	
	Ποδοσφαίρου των Η.Π.Α. (NFL)	43
	Γλωσσάρι	45
	Παραπομπές.....	46
2	Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Μηχανισμοί, Πλατφόρμες και Εργαλεία	51
	Αρχική Περίπτωση: Pinterest: Ένα Νέο Είδος Ηλεκτρονικού Εμπορίου	51
2.1	Μηχανισμοί Ηλεκτρονικού Εμπορίου: Επισκόπηση	54
	Δραστηριότητες και Μηχανισμοί Υποστήριξης ΗΕ	54
	Η Διεργασία Ηλεκτρονικής Αγοράς	55
2.2	Ηλεκτρονικές Αγορές	55
	Ηλεκτρονικές Αγορές	57
	Συστατικά των Ηλεκτρονικών Αγορών και Συμμετέχοντες στις Ηλεκτρονικές Αγορές.....	57
	Αποδιαμεσολάβηση και Επαναδιαμεσολάβηση.....	59
	Περίπτωση 2.1: Εφαρμογή ΗΕ: Πώς η Blue Nile Inc. Αλλάζει τον Κλάδο των Κοσμηματοπωλών.....	59
	Τύποι Ηλεκτρονικών Αγορών	60
2.3	Μηχανισμοί Αγορών Πελατών: Καταστήματα του Web, Εμπορικά Κέντρα	
	και Δικτυακές Πύλες	61
	Καταστήματα του Web	61
	Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα.....	61
	Δικτυακές Πύλες του Web (Πύλες Πληροφοριών).....	62
	Οι Ρόλοι και η Αξία των Διαμεσολαβητών στις Ηλεκτρονικές Αγορές	63
2.4	Λύσεις για Εμπόρους: Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι, Μηχανές Αναζήτησης	
	και Καλάθια Αγορών.....	64
	Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι	64
	Δραστηριότητες, Τύποι και Μηχανές Αναζήτησης ΗΕ	65
	Καλάθια Αγορών	66
2.5	Δημοπρασίες, Αντιπραγματισμός και Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση	67
	Ορισμοί και Χαρακτηριστικά.....	67
	Δυναμική Διαμόρφωση Τιμής.....	67
	Παραδοσιακές Δημοπρασίες Έναντι Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών.....	68
	Τύποι Δημοπρασιών	68
	Δημοπρασίες με Προμήθεια.....	70

Οφέλη και Περιορισμοί των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών.....	70
Επιπτώσεις των Δημοπρασιών.....	72
Ηλεκτρονικός Αντιπραγματισμός.....	72
Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση.....	72
2.6 Εικονικές Κοινότητες και Κοινωνικά Δίκτυα.....	73
Χαρακτηριστικά των Παραδοσιακών Ηλεκτρονικών Κοινοτήτων και η Κατάταξή τους.....	73
Ηλεκτρονικά Κοινωνικά Δίκτυα και Ιστότοποι Κοινωνικών Δικτύων.....	74
Υπηρεσίες Κοινωνικών Δικτύων.....	74
Δημόσια Κοινωνικά Δίκτυα με Προσανατολισμό προς Επιχειρήσεις.....	75
Περίπτωση 2.2: Εφαρμογή ΗΕ: Craigslist: Η Απόλυτη Ηλεκτρονική Κοινότητα Μικρών Αγγελιών.....	76
Πιθανά Προβλήματα της Craigslist.....	77
Ιδιωτικά (ή Εταιρικά) Κοινωνικά Δίκτυα.....	77
Επιχειρησιακά Μοντέλα και Υπηρεσίες που Σχετίζονται με την Κοινωνική Δικτύωση.....	77
Κινητό Κοινωνικό Εμπόριο.....	78
Κινητή Κοινωνική Δικτύωση.....	78
Καινούρια Καινοτόμα Εργαλεία και Πλατφόρμες για Κοινωνική Δικτύωση.....	79
2.7 Εικονικοί Κόσμοι ως μια Πλατφόρμα Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	80
Κύρια Χαρακτηριστικά.....	80
Avatars.....	80
Επιχειρηματικές Δραστηριότητες και Αξία μέσα σε Εικονικούς Κόσμους.....	81
2.8 Αναδυόμενες Πλατφόρμες ΗΕ: Επαυξημένη Πραγματικότητα και Πληθοπορισμός.....	83
Επαυξημένη Πραγματικότητα.....	83
Πληθοπορισμός.....	83
2.9 Το Μέλλον: Web 3.0, Web 4.0 και Web 5.0.....	86
Web 3.0: Τι μας Επιφυλάσσει το Μέλλον;.....	86
Το Τεχνολογικό Περιβάλλον.....	87
Θέματα Διοίκησης.....	88
Τελική Περίπτωση:	
Ο Λιμένας της Μαδαγασκάρης Εκσυγχρονίζει το Τελωνείο με το TradeNet.....	93
Γλωσσάρι.....	95
Παραπομπές.....	97

Μέρος II Εφαρμογές ΗΕ

3 Λιανικές Πωλήσεις στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Προϊόντα και Υπηρεσίες.....103

Αρχική Περίπτωση: Amazon.com: Ο Βασιλιάς του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου.....	104
3.1 Μάρκετινγκ στο Internet και Ηλεκτρονικό Λιανικό Εμπόριο B2C.....	106
Επισκόπηση του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου.....	107
Μέγεθος και Ανάπτυξη της Αγοράς B2C.....	107
Τι Πωλείται Καλά στο Internet.....	108
Χαρακτηριστικά και Πλεονεκτήματα του Επιτυχημένου Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου.....	108
3.2 Επιχειρησιακά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου.....	110
Κατάταξη Μοντέλων με Βάση το Κανάλι Διανομής.....	110
Άλλα Μοντέλα B2C και Ειδικές Λιανικές Πωλήσεις.....	113
Κοινωνικές Αγορές B2C.....	113
Εικονικές Οπτικές Αγορές.....	114
3.3 Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Ταξιδιών και Τουρισμού (Φιλοξενίας).....	114
Χαρακτηριστικά των Ηλεκτρονικών Ταξιδιών.....	115

Ειδικές Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες για Ταξίδια	115
Περίπτωση 3.1: Εφαρμογή HE: WAYN: Ένα Κοινωνικό Δίκτυο Τρόπου Ζωής και Ταξιδιών.....	116
Οφέλη, Περιορισμοί και Ανταγωνισμός των Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών Ταξιδιών	117
Ανταγωνισμός στις Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Ταξιδιών	117
Εταιρικά Ταξίδια.....	117
3.4 Απασχόληση και η Ηλεκτρονική Αγορά Εργασίας.....	118
Η Αγορά Εργασίας στο Internet	118
Οφέλη και Περιορισμοί της Ηλεκτρονικής Αγοράς Εργασίας	120
3.5 Κτηματομεσιτικές, Ασφαλιστικές Συναλλαγές και Διαπραγμάτευση Μετοχών Ηλεκτρονικά.....	121
Κτηματομεσιτικές Υπηρεσίες Ηλεκτρονικά	121
Ηλεκτρονικοί Ασφαλιστές	122
Ηλεκτρονική Διαπραγμάτευση Μετοχών και Επενδύσεις	123
3.6 Τραπεζικές Συναλλαγές και Προσωπικά Οικονομικά Ηλεκτρονικά	124
Ηλεκτρονική Τραπεζική	125
Δυνατότητες Ηλεκτρονικών Τραπεζικών Συναλλαγών	125
Αμιγείς Εικονικές Τράπεζες	125
Διεθνείς Τραπεζικές Εργασίες και Τραπεζικές Εργασίες σε Πολλαπλά Νομίσματα	126
Θέματα Υλοποίησης στις Ηλεκτρονικές Οικονομικές Συναλλαγές	126
Περίπτωση 3.2: Εφαρμογή HE: Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Τραπεζικών Συναλλαγών	126
Ηλεκτρονικοί Λογαριασμοί και Ηλεκτρονική Πληρωμή Λογαριασμών	128
3.7 Υπηρεσίες Παράδοσης Κατ' Απαίτηση Προϊόντων, Ψηφιακών Ειδών, Ψυχαγωγίας και Παιχνιδιών.....	129
Παράδοση Προϊόντων Κατ' Απαίτηση	129
Ηλεκτρονική Παράδοση Ψηφιακών Προϊόντων, Ψυχαγωγίας και Μέσων	130
Τηλεόραση μέσω του Internet και Ραδιόφωνο μέσω του Internet.....	130
Κοινωνική Τηλεόραση.....	131
3.8 Άλλες Υπηρεσίες B2C: Από τις Υπηρεσίες Γνωριμιών μέχρι τον Προγραμματισμό Γάμου.....	133
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Γνωριμιών	133
Προγραμματισμός ενός Γάμου.....	134
Αγορά Αυτοκινήτων με Ηλεκτρονικό Τρόπο	134
Ηλεκτρονική Πώληση Αυτοκινήτων Κατασκευασμένων κατά Παραγγελία.....	134
Άλλες Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες.....	135
3.9 Ηλεκτρονικά Βοηθήματα Λήψης Αποφάσεων Αγορών.....	136
Δικτυακές Πύλες Αγορών.....	136
Κοινότητες Υποβοήθησης	136
Σύγκριση Τιμών και Ποιότητας με Λογισμικό Πρακτόρων Αγορών	136
Ιστότοποι Αξιολογήσεων, Κριτικών και Συστάσεων	137
Ιστότοποι Σύγκρισης Αγορών.....	138
Ιστότοποι Επαλήθευσης Αξιοπιστίας.....	138
Άλλα Εργαλεία Υποβοήθησης Αγορών.....	139
Εικονικές Οπτικές Αγορές	140
Κινητές Εφαρμογές.....	141
3.10 Το Νέο Πρόσωπο του Ανταγωνισμού Λιανικού Εμπορίου: Λιανέμποροι Έναντι Ηλεκτρονικών Λιανέμπορων	141
Ο Ηλεκτρονικός Έναντι του Παραδοσιακού Ανταγωνισμού: Επισκόπηση.....	141
Λιανέμποροι Έναντι Ηλεκτρονικών Λιανέμπορων.....	142
Τι Μπορούν να Κάνουν οι Παραδοσιακοί Λιανέμποροι;	144
3.11 Ζητήματα του Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου και Αξιοποίηση Διδαγμάτων	145
Αποδιαμεσολάβηση και Επαναδιαμεσολάβηση.....	145
Σύγκρουση Καναλιών.....	146

Πιθανότητα Σύγκρουσης Τιμής και Καθορισμός της Σωστής Τιμής από Πωλητές	146
Εξειδίκευση και Εξατομίκευση Προϊόντος ή Υπηρεσίας	147
Απάτη και Άλλες Παράνομες Δραστηριότητες	147
Αξιοποίηση Διδαγμάτων από Αποτυχίες και Έλλειψη Επιτυχίας των Ηλεκτρονικών Λιανέμπορων.....	147
Θέματα Διοίκησης.....	148
Τελική Περίπτωση: Etsy – Μια Ηλεκτρονική Αγορά B2C με Προσανατολισμό προς την Κοινωνία.....	154
Γλωσσάρι	156
Παραπομπές.....	156
4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση	161
Αρχική Περίπτωση: Alibaba.com: Η Μεγαλύτερη Αγορά B2B στον Κόσμο	161
4.1 Αρχές, Χαρακτηριστικά και Μοντέλα του HE B2B	164
Βασικές Αρχές και Διεργασία του B2B.....	164
Οι Βασικοί Τύποι Συναλλαγών και Δραστηριοτήτων B2B	165
Οι Βασικοί Τύποι Ηλεκτρονικών Αγορών και Υπηρεσιών B2B	165
Μέγεθος Αγοράς και Περιεχόμενο του B2B.....	166
Συστατικά του B2B.....	167
Εικονικές Εταιρείες Υπηρεσιών στο B2B	168
Διαχείριση Σχέσεων Εταίρων και Προμηθευτών.....	170
Τα Οφέλη και οι Περιορισμοί του B2B.....	170
4.2 Ένας προς Πολλούς: Ηλεκτρονικές Αγορές Πλευράς Πωλητή.....	171
Μοντέλα Πλευράς Πωλητή.....	171
Πωλήσεις από Καταλόγους: Καταστήματα του Web	172
Πλήρη Συστήματα Πλευράς Πωλητή.....	173
Πώληση μέσω Διανομέων και Άλλων Διαμεσολαβητών	173
4.3 Πωλήσεις μέσω Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών	173
Τα Οφέλη των Δημοπρασιών Πλευράς Πωλητή	174
Δημοπρατήση από τον Ιστότοπο της Εταιρείας	174
Χρήση Διαμεσολαβητών σε Δημοπρασίες.....	174
Περίπτωση 4.1: Εφαρμογή HE: Πώς η Πολιτεία της Πενσυλβάνιας Πωλεί Πλεονάζοντα Εξοπλισμό	175
Παραδείγματα Προωθητικών Δημοπρασιών B2B	175
4.4 Ένας προς Πολλούς: Ηλεκτρονική Προμήθεια σε Ηλεκτρονικές Αγορές Πλευράς Αγοραστή.....	176
Ανεπάρκειες της Παραδοσιακής Διαχείρισης Προμηθειών.....	176
Μέθοδοι Προμηθειών	177
Αρχές της Ηλεκτρονικής Προμήθειας.....	178
Τα Οφέλη και οι Περιορισμοί της Ηλεκτρονικής Προμήθειας.....	178
4.5 Αντίστροφες Δημοπρασίες σε Ηλεκτρονικές Αγορές Πλευράς Αγοραστή	180
Τα Κύρια Οφέλη των Αντίστροφων Δημοπρασιών	181
Διεξαγωγή Αντίστροφων Δημοπρασιών	181
Περίπτωση 4.2: Εφαρμογή HE: Η Branas Isaf Ανταγωνίζεται Χρησιμοποιώντας Ηλεκτρονική Υποβολή Προσφορών	182
4.6 Άλλες Μέθοδοι Ηλεκτρονικής Προμήθειας	183
Αγορές από το Γραφείο	183
Ομαδικές Αγορές	183
Αγορές από Άλλες Πηγές	185
Απόκτηση Μέσω Ηλεκτρονικού Αντιπραγματισμού.....	185
Επιλογή μιας Κατάλληλης Λύσης Ηλεκτρονικής Προμήθειας	185

4.7	Ηλεκτρονικά Ανταλλακτήρια B2B – Ορισμοί και Αρχές.....	185
	Λειτουργίες των Ανταλλακτηρίων και Υπηρεσίες που Παρέχονται από Ανταλλακτήρια	186
	Ιδιοκτησία Ανταλλακτηρίων B2B	187
	Δυναμική Διαμόρφωση Τιμής σε Ανταλλακτήρια B2B.....	189
	Οφέλη, Περιορισμοί και το Μοντέλο Εσόδων των Ανταλλακτηρίων.....	189
4.8	Δικτυακές Πύλες και Κατάλογοι B2B.....	190
	Δικτυακές Πύλες B2B: Επισκόπηση	190
	Εταιρικές Δικτυακές Πύλες	190
	Υπηρεσίες Καταλόγου και Μηχανές Αναζήτησης	191
4.9	B2B στο Web 2.0 και Κοινωνική Δικτύωση.....	192
	Ηλεκτρονικές Κοινότητες στο B2B.....	192
	Οι Ευκαιρίες του Κοινωνικού Εμπορίου στο B2B	193
	Η Χρήση Εργαλείων Web 2.0 στο B2B	193
	Εικονικές Εμπορικές Εκθέσεις και Εμπορικές Πανηγύρεις.....	193
	Κοινωνική Δικτύωση στο B2B	194
	Παραδείγματα Άλλων Δραστηριοτήτων των Κοινωνικών Δικτύων B2B.....	194
	Στρατηγική για Κοινωνική Δικτύωση B2B	195
	Το Μέλλον της Κοινωνικής Δικτύωσης B2B.....	195
4.10	Ορισμένοι Μηχανισμοί Υποστήριξης B2B.....	195
	Συμπεριφορά Επιχειρησιακού Αγοραστή.....	196
	Οι Διεργασίες Μάρκετινγκ και Διαφήμισης στο B2B	197
	Μέθοδοι για Ηλεκτρονική Διαφήμιση και Μάρκετινγκ B2B	197
	Άλλοι Μηχανισμοί Υποστήριξης B2B	198
	Θέματα Διοίκησης.....	199
	Τελική Περίπτωση: Το Σύστημα Ηλεκτρονικής Υποβολής Προσφορών του Πανεπιστημίου του Σέφιλντ	203
	Γλωσσάρι	204
	Παραπομπές.....	206
5	Καινοτόμα Συστήματα HE: Από την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση στην Ηλεκτρονική Εκμάθηση, στο Συνεργατικό Εμπόριο και στο HE Καταναλωτή προς Καταναλωτή.....	209
	Αρχική Περίπτωση: Η Compass Group Μετατρέπει τους Διευθυντές σε Ντετέκτιβ, για να Εμπλουτίσει την Ηλεκτρονική Κατάρτιση	209
5.1	Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Επισκόπηση.....	211
	Ορισμός και Εμβέλεια.....	211
	Κυβέρνηση προς Πολίτες.....	211
	Κυβέρνηση προς Επιχειρήσεις.....	214
	Κυβέρνηση προς Κυβέρνηση	215
	Κυβέρνηση προς Υπαλλήλους και Εσωτερική Αποδοτικότητα και Αποτελεσματικότητα.....	215
	Υλοποίηση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης	216
	Ο Μετασχηματισμός σε Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση	216
	Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση 2.0 και Κοινωνική Δικτύωση.....	216
	Κινητή Διακυβέρνηση.....	217
5.2	Ηλεκτρονική Εκμάθηση, Ηλεκτρονική Κατάρτιση και Ηλεκτρονικά Βιβλία	218
	Τα Βασικά της Ηλεκτρονικής Εκμάθησης: Ορισμοί και Αρχές.....	218
	Οφέλη και Μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Εκμάθησης	219
	Εκμάθηση εξ Αποστάσεως και Ηλεκτρονικά Πανεπιστήμια.....	221
	Ηλεκτρονική Εταιρική Εκπαίδευση	222

Κοινωνικά Δίκτυα και Ηλεκτρονική Εκμάθηση	224
Εκμάθηση σε Εικονικούς Κόσμους και στην Second Life	224
Οπτική Διαδραστική Προσομοίωση	225
Εκμάθηση Κατ' Απαιτήση	225
Συστήματα Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Εκμάθησης	226
Ηλεκτρονικά Βιβλία	226
5.3 Διαχείριση Γνώσης, Συμβουλευτικά Συστήματα και Ηλεκτρονικό Εμπόριο	229
Επισκόπηση της Διαχείρισης Γνώσης	229
Τύποι και Δραστηριότητες Διαχείρισης Γνώσης	229
Μοίρασμα Γνώσης	230
Περίπτωση 5.1: Εφαρμογή HE: Διαχείριση Γνώσης στην Infosys Technologies	230
Πώς Σχετίζεται η Διαχείριση Γνώσης με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	231
Διαχείριση Γνώσης και Κοινωνικά Δίκτυα	232
Εύρεση Εξειδίκευσης και/ή Ειδικών Ηλεκτρονικά και η Χρήση Συστημάτων Εντοπισμού Ειδικών	233
5.4 Συνεργατικό Εμπόριο	236
Θεμελιώδη Στοιχεία Συνεργατικού Εμπορίου	236
Τα Στοιχεία και οι Διεργασίες του Συνεργατικού Εμπορίου	236
Κέντρα Συνεργασίας	237
Αντιπροσωπευτικά Παραδείγματα Συνεργατικού Εμπορίου	238
Φραγμοί του Συνεργατικού Εμπορίου	240
5.5 Ηλεκτρονικό Εμπόριο Καταναλωτή προς Καταναλωτή	241
Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Εφαρμογές C2C	241
Θέματα Διοίκησης	243
Τελική Περίπτωση: Από το Τοπικό SDI στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση	247
Γλωσσάρι	251
Παραπομπές	252

Μέρος III Αναδυόμενες Πλατφόρμες HE

6 Κινητό Εμπόριο και Πανταχού Παρούσα Υπολογιστική	257
Αρχική Περίπτωση: Η Hertz Γίνεται Πλήρως Κινητή	258
6.1 Κινητό Εμπόριο: Αρχές, Τοπίο, Χαρακτηριστικά, Κινητήριες Δυνάμεις, Εφαρμογές και Οφέλη	259
Βασικές Αρχές, Μέγεθος και το Τοπίο	260
Τα Χαρακτηριστικά του Κινητού Εμπορίου	261
Επισκόπηση των Εφαρμογών του Κινητού Εμπορίου	262
Τα Οφέλη του Κινητού Εμπορίου	264
6.2 Η Υποδομή: Συστατικά και Υπηρεσίες της Κινητής Υπολογιστικής	265
Επισκόπηση της Κινητής Υπολογιστικής	265
Κινητές Συσκευές	265
Λογισμικό και Υπηρεσίες Κινητής Υπολογιστικής	267
Υπηρεσίες Υποστήριξης Φωνής	268
Δίκτυα Ασύρματων Τηλεπικοινωνιών	268
Σύνθεση Όλων των Παραπάνω	271
6.3 Κινητές Χρηματοοικονομικές Εφαρμογές	271
Κινητή Τραπεζική	271
Άλλες Κινητές Χρηματοοικονομικές Εφαρμογές	272

6.4	Κινητές Λύσεις Επιχείρησης: Από την Υποστήριξη του Εργατικού Δυναμικού μέχρι την Βελτίωση των Εσωτερικών Λειτουργιών	273
	Ορισμός της Κινητής Επιχείρησης (Κινητικότητα Επιχείρησης)	273
	Το Πλαίσιο Εργασίας και το Περιεχόμενο των Εφαρμογών Κινητής Επιχείρησης.....	274
	Κινητοί Εργαζόμενοι	274
	Άλλες Κινητές Εφαρμογές Επιχείρησης	274
	Τάσεις για το Μέλλον	275
6.5	Κινητή Ψυχαγωγία, Παιχνίδια, Υπηρεσίες Καταναλωτών και Κινητές Αγορές	275
	Επισκόπηση της Κινητής Ψυχαγωγίας.....	275
	Πάροχοι Κινητής Μουσικής και Βίντεο Συνεχούς Ροής.....	276
	Ψυχαγωγία σε Αυτοκίνητα	276
	Κινητά Παιχνίδια	276
	Κινητός Τζόγος.....	277
	Κινητικότητα και Αθλήματα.....	277
	Εφαρμογές για Καταναλωτές της Βιομηχανίας των Υπηρεσιών	278
	Κινητές Αγορές και Διαφήμιση.....	279
6.6	Κινητό Εμπόριο Βάσει Τοποθεσίας και Κινητά Κοινωνικά Δίκτυα	280
	Βασικές Αρχές του Κινητού Εμπορίου Βάσει Τοποθεσίας.....	280
	Υποδομή Κινητού Εμπορίου Βάσει Τοποθεσίας	281
	Φραγμοί του Εμπορίου Βάσει Τοποθεσίας.....	285
6.7	Πανταχού Παρούσα (Διεισδυτική) Υπολογιστική και Αισθητηριακά Δίκτυα	286
	Επισκόπηση της Πανταχού Παρούσας Υπολογιστικής	286
	Έξυπνη Εφαρμογή: Πλέγμα, Σπίτια, Αυτοκίνητα και Πολλές Περισσότερες Εφαρμογές.....	287
	Ασύρματα Δίκτυα Αισθητήρων.....	289
	Περίπτωση 6.1: Εφαρμογή HE: Αισθητήρες στην INRIX Βοηθούν Ανθρώπους να Αποφύγουν Κυκλοφοριακές Συμφορήσεις	290
	Ζητήματα Υλοποίησης της Πανταχού Παρούσας Υπολογιστικής.....	291
6.8	Αναδυόμενα Θέματα: Από τις Φορετές Συσκευές και τα Google Glass μέχρι τις Έξυπνες Πόλεις.....	291
	Φορετές Υπολογιστικές Συσκευές	291
	Google Glass	292
	Έξυπνες Πόλεις.....	293
6.9	Ζητήματα Υλοποίησης στο Κινητό Εμπόριο: Από την Ασφάλεια και την Ιδιωτικότητα μέχρι τους Φραγμούς του Κινητού Εμπορίου	293
	Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα Κινητού Εμπορίου	293
	Τεχνολογικοί Φραγμοί του Κινητού Εμπορίου	294
	Αποτυχίες της Κινητής Υπολογιστικής και του Κινητού Εμπορίου.....	294
	Ηθικά, Νομικά Ζητήματα, Ζητήματα Ιδιωτικότητας και Ζητήματα Υγείας στο Κινητό Εμπόριο.....	294
	Διαχείριση Κινητικότητας Επιχείρησης	295
	Θέματα Διοίκησης.....	296
	Τελική Περίπτωση: Εταιρεία Motorola: Ασύρματες Λύσεις για ένα Νοσοκομείο και ένα Κατασκευαστή.....	301
	Γλωσσάρι	303
	Παραπομπές.....	305
7	Κοινωνικό Εμπόριο: Θεμέλια, Κοινωνικό Μάρκετινγκ και Διαφήμιση	309
	Αρχική Περίπτωση: Πώς η Sony Χρησιμοποιεί Κοινωνικά Μέσα για Βελτίωση του CRM	309
7.1	Κοινωνικό Εμπόριο: Ορισμοί και Εξέλιξη	311
	Ορισμοί και Χαρακτηριστικά.....	311

Η Εξέλιξη του Κοινωνικού Εμπορίου	312
7.2 Το Περιεχόμενο του Πεδίου του Κοινωνικού Εμπορίου	313
Το Τοπίο και τα Κύρια Συστατικά του Πεδίου	314
Μάρκετινγκ Κοινωνικών Μέσων	314
Enterprise 2.0	316
7.3 Τα Οφέλη και οι Περιορισμοί του Κοινωνικού Εμπορίου	317
Οφέλη για Πελάτες	317
Οφέλη για Λιανέμπορους	318
Οφέλη για Άλλους Τύπους Επιχειρήσεων	318
Η Κοινωνική Επιχείρηση: Μια Προσέγγιση της IBM	319
Νέα και Βελτιωμένα Επιχειρησιακά Μοντέλα	320
Προβλήματα και Περιορισμοί από την Διεξαγωγή Κοινωνικού Εμπορίου	320
7.4 Κοινωνικές Αγορές: Αρχές, Οφέλη και Μοντέλα	321
Ορισμοί και Κινητήριες Δυνάμεις των Κοινωνικών Αγορών	321
Παραδοσιακοί Ιστότοποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου με Προσθήκες Κοινωνικών Μέσων	323
Οι Κύριοι Τύποι και Μοντέλα των Κοινωνικών Αγορών	324
Περίπτωση 7.1:	
Polyvore: Μια Κοινότητα που θέτει τις Τάσεις σε Κοινωνικές Αγορές	326
Άλλα Καινοτόμα Μοντέλα	328
Βοηθήματα Κοινωνικών Αγορών: Από Συστάσεις μέχρι Κριτικές,	
Αξιολογήσεις και Αγορές	329
Άλλα Βοηθήματα και Άλλες Υπηρεσίες Αγορών	332
Κοινωνικές Θέσεις Αγορών και Απευθείας Πωλήσεις	333
Αγορές Εικονικών Αγαθών σε μια Εικονική Οικονομία	335
Ηλεκτρονικές Αγορές σε Πραγματικό Χρόνο	336
Κοινωνικές Αγορές στο Μέλλον	336
7.5 Κοινωνική Διαφήμιση: Από την Ιογενή Διαφήμιση μέχρι την Διαφήμιση/Μάρκετινγκ	
Βάσει Τοποθεσίας	337
Κοινωνικές Διαφημίσεις και Κοινωνικές Εφαρμογές	337
Ιογενές (Προφορικό) Μάρκετινγκ και Κοινωνική Δικτύωση	337
Διαφήμιση Βάσει Τοποθεσίας και Κοινωνικά Δίκτυα	338
Χρήση του YouTube και Άλλων Κοινωνικών Ιστότοπων Παρουσίασης για Διαφήμιση	339
Χρήση του Twitter ως Διαφημιστικό Εργαλείο και ως Εργαλείο Μάρκετινγκ	340
Άλλοι Καινοτόμοι Τρόποι Διαφήμισης σε Κοινωνικά Μέσα	341
7.6 Κοινωνική Εξυπηρέτηση Πελατών και CRM	342
Πώς η Κοινωνική Δικτύωση Ενδυναμώνει τους Πελάτες;	342
Κοινωνικό CRM	343
Πώς να Εξυπηρετείτε τους Κοινωνικούς Πελάτες	343
Τα Οφέλη του Κοινωνικού CRM	344
Περίπτωση 7.2 Η IRobot Χρησιμοποιεί Κοινωνικά Μέσα για Πολυκαναλικό CRM	345
Η Εξέλιξη του Κοινωνικού CRM	346
Η Πολυδιάστατη Παρουσίαση του Cipriani	346
Υλοποίηση της Κοινωνικής Εξυπηρέτησης Πελατών και του CRM	349
Ορισμένες Πρόσφατες Εφαρμογές	350
Σύστημα Διαχείρισης Φήμης	351
Θέματα Διοίκησης	351
Τελική Περίπτωση: Groupo: Θα Ακμάσει η Εταιρεία;	356
Γλωσσάρι	360
Παραπομπές	360

8 Κοινωνική Εταιρεία και Άλλα Θέματα Κοινωνικού Εμπορίου365

Αρχική Περίπτωση: Πώς ένα Ιδιωτικό Εταιρικό Δίκτυο Μετασχημάτισε την CEMEX σε Κοινωνική Επιχείρηση.....	366
8.1 Κοινωνική Επιχείρηση και Κοινωνική Εταιρεία	367
Ορισμοί: Κοινωνική Επιχείρηση και Κοινωνική Εταιρεία	367
Επιχειρηματικά Δίκτυα	368
Τα Οφέλη και οι Περιορισμοί της Εταιρικής Κοινωνικής Δικτύωσης	369
Πώς Χρησιμοποιούνται Εργαλεία Web 2.0 από Εταιρείες	369
8.2 Επιχειρηματοκεντρική Δημόσια Κοινωνική Δικτύωση.....	370
Δίκτυα Επιχειρηματιών.....	371
8.3 Εταιρικά Κοινωνικά Δίκτυα	371
Ταξινόμια των Εφαρμογών Κοινωνικής Εταιρείας.....	371
Πώς η Εταιρική Κοινωνική Δικτύωση Βοηθά Υπαλλήλους και Οργανισμούς	373
Υπηρεσίες Υποστήριξης για Εταιρικά Κοινωνικά Δίκτυα	373
Πώς Διασυνδέονται οι Εταιρείες με Κοινωνική Δικτύωση.....	374
8.4 Κοινωνικό Εμπόριο: Εφαρμογές σε Εικονικούς Κόσμους.....	375
Τα Χαρακτηριστικά των Εικονικών Κόσμων	376
Οι Κύριες Κατηγορίες των Εφαρμογών Εικονικού Κόσμου	376
Το Τοπίο των Εμπορικών Εφαρμογών Εικονικών Κόσμων	378
Οι Κύριες Κινητήριες Δυνάμεις του Κοινωνικού Εμπορίου μέσα σε Εικονικούς Κόσμους	379
Προβλήματα και Περιορισμοί των Εμπορικών Δραστηριοτήτων μέσα σε Εικονικούς Κόσμους	380
8.5 Κοινωνική Ψυχαγωγία.....	381
Ψυχαγωγία και Κοινωνικά Δίκτυα	381
Ιστότοποι Παρουσίασης και Μοιράσματος Πολυμέσων	382
8.6 Κοινωνικά Παιχνίδια και Παιχνιδοποίηση	383
Παιχνίδια σε Κοινωνικά Δίκτυα.....	383
Η Επιχειρηματική Σκοπιά των Κοινωνικών Παιχνιδιών	384
Εκπαιδευτικά Κοινωνικά Παιχνίδια.....	384
Παιχνιδοποίηση.....	384
8.7 Πληθοπορισμός για Επίλυση Προβλημάτων και για Δημιουργία Περιεχομένου	385
Ο Πληθοπορισμός ως Παράγοντας Διευκόλυνσης της Κατανεμημένης Επίλυσης Προβλημάτων.....	385
Η Διεργασία του Πληθοπορισμού	386
Επιτυχώς Υλοποιημένα Συστήματα Πληθοπορισμού: Ορισμένα Αντιπροσωπευτικά Παραδείγματα	386
Εργαλεία για Πληθοπορισμό.....	387
8.8 Κοινωνική Συνεργασία (Collaboration 2.0).....	388
Υποστήριξη Κοινωνικής Συνεργασίας.....	388
Το Μέλλον του Κοινωνικού Εμπορίου.....	391
Θέματα Διοίκησης.....	392
Τελική Περίπτωση: Εφαρμογή HE: LinkedIn: Το Κύριο Επιχειρηματοκεντρικό Δημόσιο Κοινωνικό Δίκτυο	396
Γλωσσάρι	398
Παραπομπές.....	398

Μέρος IV Υπηρεσίες Υποστήριξης ΗΕ

9 Μάρκετινγκ και Διαφήμιση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο403

Αρχική Περίπτωση: Η Έρευνα Αγοράς Βοηθά την Del Monte να Βελτιώσει τις Τροφές για Σκύλους.....	404
9.1 Εκμάθηση της Ηλεκτρονικής Συμπεριφοράς Καταναλωτή	405
Ένα Μοντέλο Ηλεκτρονικής Συμπεριφοράς Καταναλωτή	405
Οι Κύριοι Παράγοντες Επηρεασμού.....	406
9.2 Η Διεργασία Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτών για Αγορές	408
Ένα Γενικό Μοντέλο Λήψης Αποφάσεων για Αγορές	408
Παίκτες στην Διεργασία Λήψης Απόφασης από τον Καταναλωτή	409
Εγκατάλειψη του Καλαθιού Αγορών.....	409
9.3 Πίστη, Ικανοποίηση και Εμπιστοσύνη στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο	409
Πίστη Πελάτη.....	410
Ικανοποίηση στο ΗΕ	411
Εμπιστοσύνη στο ΗΕ.....	411
9.4 Μαζικό Μάρκετινγκ, Τμηματοποίηση Αγοράς και Μάρκετινγκ Σχέσεων.....	412
Από το Μαζικό Μάρκετινγκ στο Μάρκετινγκ Ενός προς Ένα.....	413
Πώς Εφαρμόζονται οι Σχέσεις Ενός προς Ένα	414
9.5 Εξατομίκευση και Συμπεριφορικό Μάρκετινγκ	416
Εξατομίκευση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο	416
Συμπεριφορικό Μάρκετινγκ και Συνεργατικό Φιλτράρισμα.....	417
9.6 Έρευνα Αγοράς για Ηλεκτρονικό Εμπόριο	418
Στόχοι και Αρχές της Ηλεκτρονικής Έρευνας Αγοράς	419
Αντιπροσωπευτικές Προσεγγίσεις Έρευνας Αγοράς	419
Περιορισμοί της Ηλεκτρονικής Έρευνας Αγοράς και Πώς να τους Υπερβούμε	422
Μάρκετινγκ με Βάση Βιομετρικά Χαρακτηριστικά και Smartphone Βοηθά στην Έρευνα Αγοράς	423
9.7 Διαφήμιση στο Web	423
Επισκόπηση της Διαφήμισης στο Web	424
Βασική Ορολογία της Διαφήμισης στο Internet.....	425
Γιατί να Κάνουμε Διαφήμιση στο Internet;	425
9.8 Μέθοδοι Ηλεκτρονικής Διαφήμισης: Από το Email στην Βελτιστοποίηση Ιστοσελίδων για Μηχανές Αναζήτησης και στα Διαφημιστικά Βίντεο.....	426
Κύριες Κατηγορίες Διαφημίσεων	426
Αφίσες	426
Αναδυόμενες Διαφημίσεις και Διαφημίσεις Παρόμοιου Τύπου	427
Διαφήμιση και Βελτιστοποίηση Μηχανής Αναζήτησης	429
Google: Ο Βασιλιάς της Ηλεκτρονικής Διαφήμισης	431
Διαφήμιση με Βίντεο	433
Επαυξημένη Πραγματικότητα μέσα σε Διαφήμιση.....	435
Διαφήμιση μέσα σε Αίθουσες Συζητήσεων και σε Φόρα	436
9.9 Κινητό Μάρκετινγκ και Διαφήμιση	436
Κινητό Μάρκετινγκ και Κινητό Εμπόριο	436
Οδηγίες Υλοποίησης Κινητού Μάρκετινγκ	439
Εργαλεία για Υποστήριξη Κινητής Διαφήμισης	439
Τάσεις Κινητών Διαφημίσεων	439

9.10	Στρατηγικές Διαφήμισης και Προωθήσεις	440
	Διαφήμιση Κατόπιν Αδείας	440
	Άλλες Στρατηγικές Διαφήμισης	440
	Ηλεκτρονικές Εκδηλώσεις, Προωθήσεις και Προσελκύνσεις	442
	Εντόπιση στην Διαφήμιση	442
	Ανάπτυξη ενός Ηλεκτρονικού Διαφημιστικού Προγράμματος.....	443
	Διαφήμιση στο Facebook	443
	Θέματα Διοίκησης.....	444
	Τελική Περίπτωση: Η Johnson & Johnson Χρησιμοποιεί Μάρκετινγκ Νέων Μέσων	450
	Γλωσσάρι	452
	Παραπομπές.....	454
10	Ασφάλεια, Ζητήματα Απάτης και Προστασίες στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο	457
	Αρχική Περίπτωση: Πώς το Πανεπιστήμιο State University του New York College στο Old Westbury Ελέγχει την Χρήση του Internet	458
10.1	Το Πρόβλημα της Ασφάλειας των Πληροφοριών	459
	Τι Είναι Ασφάλεια ΗΕ;.....	459
	Διασυνωριακοί Κυβερνοπόλεμοι και Διασυνωριακή Κυβερνοκατασκοπευία	461
	Οι Κινητήριες Δυνάμεις των Προβλημάτων Ασφάλειας ΗΕ.....	463
	Το Σκοτεινό Δίκτυο και η Περιθωριακή Οικονομία	464
10.2	Βασικά Ζητήματα και Τοπίο της Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	465
	Βασική Ορολογία Ασφάλειας	466
	Το Πεδίο Μάχης της Ασφάλειας ΗΕ	466
	Οι Απειλές, οι Επιθέσεις και οι Επιτιθέμενοι.....	466
	Οι Στόχοι των Επιθέσεων σε Τρωτές Περιοχές	468
	Απαιτήσεις Ασφάλειας ΗΕ	469
	Η Άμυνα: Αμυνόμενοι, Στρατηγική και Μέθοδοι	470
	Αποκατάσταση	471
10.3	Τεχνικές Μέθοδοι Επιθέσεων με Κακόβουλο Λογισμικό: Από τους Ιούς στην Άρνηση Υπηρεσίας	471
	Τεχνικές και Μη Τεχνικές Επιθέσεις: Επισκόπηση.....	471
	Οι Κύριες Μέθοδοι Τεχνικών Επιθέσεων	472
	Κακόβουλο Λογισμικό: Ιοί, Σκουλήκια και Δούρειοι Ίπποι	472
10.4	Μη Τεχνικές Μέθοδοι: Από το Ψάρεμα μέχρι την Ενόχληση και την Απάτη.....	476
	Κοινωνική Μηχανική και Απάτη.....	476
	Κοινωνικό Ψάρεμα	476
	Απάτη και Scam στο Internet	478
	Περίπτωση 10.1 Ο Καθένας θα Μπορούσε να Είναι Θύμα (Από Φοιτητές Μέχρι Δικηγόρους και Μέχρι Συγγραφείς Βιβλίων)	480
	Κλοπή Ταυτότητας και Απάτη Ταυτότητας	481
	Ληστείες Κυβερνοτραπεζών.....	481
	Επιθέσεις Ενόχλησης.....	481
	Περίπτωση 10.2: Απάτη στο Χρηματιστήριο, Υποβοηθούμενη από Ενοχλητικά Email.....	482
	Λογισμικό Κατασκοπευίας.....	482
	Η Κοινωνική Δικτύωση Κάνει την Κοινωνική Μηχανική Εύκολη	483
	Παραβίαση (Διαρροή) Δεδομένων	484
10.5	Το Μοντέλο Διασφάλισης Πληροφοριών και Στρατηγική Άμυνας	484
	Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα και Διαθεσιμότητα.....	484
	Επαλήθευση, Εξουσιοδότηση και Μη Αμφισβήτηση Συναλλαγής	485
	Στρατηγική Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου	485

Η Πλευρά της Άμυνας Συστημάτων ΗΕ.....	487
10.6 Η Άμυνα Ι: Έλεγχος Πρόσβασης, Κρυπτογράφηση και ΥΔΚ.....	488
Έλεγχος Πρόσβασης.....	488
Κρυπτογράφηση και το Σύστημα Ενός Κλειδιού (Συμμετρικό).....	490
Υποδομή Δημόσιου Κλειδιού.....	490
Άλλα Θέματα και Μέθοδοι Άμυνας.....	493
10.7 Η Άμυνα ΙΙ: Διασφάλιση Δικτύων Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	494
Τείχη Προστασίας.....	494
Εικονικά Ιδιωτικά Δίκτυα.....	495
Συστήματα Ανίχνευσης Διείσδυσης.....	495
Διαχείριση Επιθέσεων DoS.....	496
Honeynets και Honeypots.....	496
Ασφάλεια Email.....	496
10.8 Η Άμυνα ΙΙΙ: Γενικοί Έλεγχοι, Ενόχληση, Αναδυόμενες Διαφημίσεις, Απάτη και Έλεγχοι Κοινωνικής Μηχανικής.....	497
Γενικοί, Διοικητικοί και Άλλοι Έλεγχοι.....	498
Προστασία από Ενοχλητική Αλληλογραφία.....	498
Προστασία του Υπολογιστή σας από Αναδυόμενες Διαφημίσεις.....	499
Προστασία από Άλλες Επιθέσεις Κοινωνικής Μηχανικής.....	499
Προστασία από Λογισμικό Κατασκοπείας.....	499
Προστασία από Κυβερνοπολέμους.....	500
Προστασία από Απάτη.....	500
Συνέχιση Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων, Αποκατάσταση από Καταστροφή και Διαχείριση Κινδύνου.....	500
10.9 Υλοποίηση Ασφάλειας Ηλεκτρονικού Εμπορίου σε Όλη την Επιχείρηση.....	500
Οι Κινητήριες Δυνάμεις της Διαχείρισης Ασφάλειας ΗΕ.....	500
Δέσμευση και Υποστήριξη της Ανώτατης Διοίκησης.....	501
Πολιτικές και Εκπαίδευση Ασφάλειας ΗΕ.....	502
Ανάλυση Κινδύνου και Ηθικά Ζητήματα ΗΕ.....	502
Γιατί Είναι Δύσκολο να Εμποδιστεί το Έγκλημα στο Internet;.....	503
Προστασία Κινητών Συσκευών, Δικτύων και Εφαρμογών.....	503
Θέματα Διοίκησης.....	504
Τελική Περίπτωση: Πώς Μια Τράπεζα Σταμάτησε τους Απατεώνες, τους Ενοχλητικούς και τους Κυβερνοεγκληματίες.....	509
Γλωσσάρι.....	511
Παραπομπές.....	514
11 Συστήματα Πληρωμών Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	519
Αρχική Περίπτωση: Πληρωμή ανά Σελίδα: Εναλλακτικές Λύσεις αντί Ηλεκτρονικών Μικροπληρωμών.....	520
11.1 Η Επανάσταση των Πληρωμών.....	522
Η Εναλλακτική Λύση της PayPal.....	523
Ψηφιακά Νομίσματα.....	524
11.2 Χρήση Καρτών Πληρωμής Ηλεκτρονικά.....	525
Ηλεκτρονική Επεξεργασία Καρτών.....	526
Δόλιες Συναλλαγές με Κάρτες.....	527
11.3 Έξυπνες Κάρτες.....	529
Τύποι Έξυπνων Καρτών.....	530
Κάρτες Αποθηκευμένης Αξίας.....	530
Εφαρμογές Έξυπνων Καρτών.....	531

11.4	Μικροπληρωμές.....	532
11.5	Ηλεκτρονικές Επιταγές.....	534
11.6	Κινητές Πληρωμές.....	536
	Ανέπαφες Κινητές Πληρωμές.....	536
	Κινητές Απομακρυσμένες Πληρωμές.....	537
Περίπτωση 11.1:	Εφαρμογή ΗΕ: Η Crutchfield Γίνεται Κινητή.....	538
	Συμμετέχοντες στις Κινητές Πληρωμές και Ζητήματα που Τίθενται.....	539
	Πληρωμή Κινητού POS.....	540
	MasterPass™: Αυτοματοποίηση Διεργασιών Αγορών και Πληρωμών.....	541
	Καινοτόμες Πληρωμές Κοινωνικού Εμπορίου.....	541
11.7	B2B και Διεθνείς Ηλεκτρονικές Πληρωμές.....	542
	Πρακτικές Πληρωμών B2B στην Χρηματοοικονομική Εφοδιαστική Αλυσίδα.....	542
	Παρουσίαση και Πληρωμή Εταιρικού Τιμολογίου.....	542
	Διεθνείς Πληρωμές.....	544
11.8	Αναδύομενα Συστήματα Πληρωμών ΗΕ και Ζητήματα.....	545
	Bitcoin: Έχει Τα Πάνω και τα Κάτω του, Αλλά Είναι Ζωντανό.....	545
	Άλλα Ενδιαφέροντα Συστήματα.....	546
	Θέματα Διοίκησης.....	548
	Τελική Περίπτωση: Καινοτόμες Μικροπληρωμές με Πιστωτικές Κάρτες για το Μητροπολιτικό Ενοποιημένο Σύστημα Ναύλων της Κορέας.....	553
	Γλωσσάρι.....	555
	Παραπομπές.....	556
12	Εκπλήρωση Παραγγελιών Κατά Μήκος της Εφοδιαστικής Αλυσίδας.....	559
	Αρχική Περίπτωση: Πώς η Amazon.com Εκπληρώνει Παραγγελίες.....	560
12.1	Εκπλήρωση Παραγγελιών και Διακίνηση – Επισκόπηση.....	561
	Βασικές Έννοιες της Εκπλήρωσης Παραγγελιών και της Διακίνησης.....	561
	Επισκόπηση της Διακίνησης.....	562
	Παραδοσιακή Διακίνηση Έναντι Διακίνησης ΗΕ.....	562
	Η Διεργασία Εκπλήρωσης Παραγγελιών στο ΗΕ.....	562
	Η Σημασία της Εκπλήρωσης Παραγγελιών.....	564
12.2	Προβλήματα της Εκπλήρωσης Παραγγελιών Επάνω στην Εφοδιαστική Αλυσίδα.....	565
	Αβεβαιότητες Ζήτησης.....	565
	Ελλιπής Υποδομή Διακίνησης.....	566
	Ελλιπείς Χρηματοοικονομικές Ροές.....	566
	Έλλειψη Διαμοιρασμού Πληροφοριών.....	566
12.3	Λύσεις των Προβλημάτων Εκπλήρωσης Παραγγελιών Επάνω στην Εφοδιαστική Αλυσίδα.....	567
	Βελτιώσεις στην Δραστηριότητα Λήψης Παραγγελιών.....	567
	Βελτιώσεις Διαχείρισης Αποθηκών και Αποθεμάτων.....	567
	Αλλαγή της Δομής και της Διεργασίας της Εφοδιαστικής Αλυσίδας.....	568
	Επιτάχυνση των Παραδόσεων: Από Παράδοση την Ίδια Μέρα σε Παράδοση σε Λίγα Λεπτά... ..	568
	Εταιρικές Προσπάθειες και Εξωπορισμός Διακίνησης.....	570
Περίπτωση 12.1:	Η UPS Παρέχει Ευρείες Υπηρεσίες ΗΕ.....	570
	Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Παγκόσμιας Διακίνησης.....	572
	Εκπλήρωση Παραγγελιών στην Παραγωγή κατά Παραγγελία και στην Μαζική Εξειδίκευση.....	572
	Διαχείριση Επιστροφών (Αντίστροφη Διακίνηση).....	573
	Εκπλήρωση Παραγγελιών στο B2B.....	574
	Καινοτόμες Στρατηγικές Ηλεκτρονικής Εκπλήρωσης.....	575
Περίπτωση 12.2:	Το Παγκόσμιας Κλάσης Σύστημα Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Εκπλήρωσης Παραγγελιών της Dell.....	576

Ολοκλήρωση και Προγραμματισμός Επιχειρησιακών Πόρων	577
12.4 RFID και CPFR ως Βασικά Στοιχεία Ενδυνάμωσης της Διαχείρισης της Εφοδιαστικής Αλυσίδας	578
Τα Ουσιώδη του RFID	578
Εφαρμογές RFID στην Εφοδιαστική Αλυσίδα σε Όλο τον Κόσμο	579
Συνεργατικός Σχεδιασμός, Πρόβλεψη και Αναπλήρωση	581
Περίπτωση 12.3: Συνεργατική Επιτυχία της Stanley Black & Decker με τα Lowe's και Home Depot	581
12.5 Άλλες Υπηρεσίες Υποστήριξης HE	583
Συμβουλευτικές Υπηρεσίες	583
Υπηρεσίες Καταλόγου, Ενημερωτικά Δελτία και Μηχανές Αναζήτησης	583
Μερικές Ακόμη Υπηρεσίες Υποστήριξης HE	584
Υπηρεσίες Υποστήριξης HE από Εξωτερικούς Συνεργάτες	585
Θέματα Διοίκησης	586
Τελική Περίπτωση: Πολυκαναλικοί Λιανέμποροι – Εμπειρίες των Nordstrom και REI	590
Γλωσσάρι	592
Παραπομπές	592

Μέρος V Στρατηγική και Υλοποίηση HE

13 Στρατηγική, Παγκοσμιοποίηση HE και HE Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....597

Αρχική Περίπτωση: Στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου της Procter & Gamble	597
13.1 Οργανωτική Στρατηγική: Αρχές και Επισκόπηση.....	600
Στρατηγική μέσα στο Περιβάλλον Web	600
Το Μοντέλο Πέντε Δυνάμεων και οι Στρατηγικές του Porter, όπως Επηρεάζονται από το Internet και το HE	600
Η Επίδραση του Internet	601
Στρατηγικός Σχεδιασμός για ΤΠ και HE	602
13.2 Ο Κύκλος και τα Εργαλεία Στρατηγικής και Απόδοσης	603
Κύκλος Στρατηγικής και Απόδοσης.....	603
Έναρξη Στρατηγικής.....	603
Διαμόρφωση Στρατηγικής.....	604
Υλοποίηση Στρατηγικής.....	605
Αποτίμηση Στρατηγικής	605
Βελτίωση Απόδοσης και Καινοτομίες	605
Περίπτωση 13.1: Ψηφιακή Στρατηγική του Warner Music Group	605
Κύρια Εργαλεία Στρατηγικού Σχεδιασμού.....	606
13.3 Έναρξη Στρατηγικής HE	606
Αντιπροσωπευτικά Ζητήματα στην Έναρξη Ηλεκτρονικής Στρατηγικής στο HE.....	607
Στρατηγική στο Περιβάλλον Web 2.0 και στην Κοινωνική Δικτύωση	609
13.4 Διαμόρφωση Στρατηγικής HE	610
Επιλογή Ευκαιριών HE.....	610
Καθορισμός ενός Κατάλληλου Χαρτοφυλακίου Εφαρμογής HE	610
Ανάλυση Κινδύνου στην Διαμόρφωση Στρατηγικής	611
Συνεργατικές Προσπάθειες στην Διαμόρφωση Στρατηγικής	612
Περίπτωση 13.2: Red Hat: Συνεργατικός Στρατηγικός Σχεδιασμός	612
Ζητήματα Ασφάλειας που Πρέπει να Λάβετε Υπόψη σας Κατά την Διάρκεια της Διαμόρφωσης Στρατηγικής	613
Άλλα Ζητήματα κατά την Διαμόρφωση Στρατηγικής HE.....	613

13.5	Υλοποίηση Στρατηγικής HE	615
	Διεργασία Υλοποίησης Στρατηγικής HE	615
	Ζητήματα Υλοποίησης Στρατηγικής HE	616
	Ανασχεδίαση Επιχειρησιακών Διεργασιών: BPR και BPM	617
13.6	Αποτίμηση Απόδοσης HE.....	618
	Οι Στόχοι της Αποτίμησης.....	618
	Η Διεργασία Αποτίμησης της Απόδοσης.....	618
	Καθορισμός και Χρήση Δεικτών Μέτρησης	619
	Παρακολούθηση Απόδοσης.....	621
	Ανάλυση Δεδομένων Απόδοσης.....	621
	Ορισμός Αναλυτικής Επεξεργασίας HE	622
	Αναλυτική Επεξεργασία Web και τα Κύρια Εργαλεία της.....	622
13.7	Βελτίωση Απόδοσης και Καινοτομία	623
	Επισκόπηση της Βελτίωσης Απόδοσης	623
	Πίνακες Οργάνων στο HE.....	624
	Καινοτομία για Βελτίωση της Απόδοσης.....	624
	Καινοτόμες Στρατηγικές: Μερικά Επεξηγηματικά Παραδείγματα.....	625
13.8	Μια Στρατηγική για Διεθνές HE.....	626
	Οφέλη και Έκταση των Διεθνών Λειτουργιών.....	627
	Φραγμοί του Διεθνούς HE.....	627
	Κατάρριψη των Φραγμών του Διεθνούς HE	630
13.9	Στρατηγική HE σε Επιχειρήσεις Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους	631
	Παγκοσμιοποίηση και MME.....	633
	Πόροι για Υποστήριξη Δραστηριοτήτων MME στο HE	633
	MME και Κοινωνικά Δίκτυα	634
	Θέματα Διοίκησης.....	634
	Τελική Περίπτωση: Καινοτόμα Στρατηγική Δημοπρασίας στο Web	
	Αποδίδει Υψηλότερη Παραγωγικότητα για το Ανταλλακτήριο Ψαριών του Πόρτλαντ.....	639
	Γλωσσάρι	641
	Παραπομπές.....	641
14	Υλοποίηση Συστημάτων HE: Από την Αιτιολόγηση μέχρι την Επιτυχημένη Απόδοση	645
	Αρχική Περίπτωση: Η Telstra Corporation Βοηθά τους Εταιρικούς της Πελάτες	
	να Αιτιολογούν Πρωτοβουλίες HE	646
14.1	Το Τοπίο της Υλοποίησης.....	647
	Οι Κύριοι Παράγοντες Υλοποίησης	647
14.2	Γιατί να Αιτιολογούμε τις Επενδύσεις σε Ηλεκτρονικό Εμπόριο;	
	Πώς Μπορούν να Αιτιολογηθούν;	648
	Αυξημένη Πίεση για Χρηματοοικονομική Αιτιολόγηση	648
	Άλλοι Λόγοι για τους Οποίους Χρειάζεται η Αιτιολόγηση του HE	649
	Κατηγορίες Επενδύσεων και Οφέλη HE	649
	Πώς Αιτιολογείται μια Επένδυση HE	650
	Τι Πρέπει να Αιτιολογηθεί; Πότε Πρέπει να Γίνει η Αιτιολόγηση;.....	650
	Χρήση Δεικτών Μέτρησης για Αιτιολόγηση του HE	650
	Αναλυτική Επεξεργασία Web.....	651
14.3	Δυσκολίες Μέτρησης και Αιτιολόγησης Επενδύσεων για HE	652
	Η Διεργασία Αιτιολόγησης του HE.....	652
	Δυσκολίες Μέτρησης Κερδών σε Παραγωγικότητα και Απόδοση.....	653
	Συσχέτιση HE και των Εξόδων του με την Απόδοση του Οργανισμού	653
	Άυλο Κόστος και Άυλα Οφέλη.....	653

Η Διεργασία Αιτιολόγησης Έργων HE και ΤΠ.....	654
Η Χρήση του Κύκλου Δημοσιότητας της Gartner	654
14.4 Μέθοδοι και Εργαλεία για Αποτίμηση και Αιτιολόγηση Επενδύσεων HE.....	656
Ευκαιρίες και Παραγόμενα Έσοδα από μια Επένδυση HE	656
Θέματα Μεθοδολογίας για Αιτιολόγηση Επενδύσεων ΤΠ.....	656
Παραδοσιακές Μέθοδοι για Αποτίμηση Επενδύσεων HE	656
Υπολογιστές ROI	657
Προηγμένες Μέθοδοι Αποτίμησης Επενδύσεων ΤΠ και HE	658
14.5 Παραδείγματα Δεικτών Μέτρησης και Αιτιολόγησης Έργου HE.....	659
Αιτιολόγηση Ηλεκτρονικών Προμηθειών.....	659
Αιτιολόγηση Κοινωνικής Δικτύωσης και της Χρήσης Εργαλείων Web 2.0	660
Αιτιολόγηση μιας Επένδυσης σε Κινητή Υπολογιστική και σε RFID	660
Αιτιολόγηση Έργων Ασφάλειας	660
Αιτιολόγηση της Αγοράς Προϊόντων ή Υπηρεσιών από Προμηθευτές.....	661
14.6 Τα Οικονομικά Στοιχεία του HE.....	661
Μείωση του Κόστους Παραγωγής	661
Αυξημένα Έσοδα	663
Διευκόλυνση της Διαφοροποίησης Προϊόντων.....	664
Το HE Αυξάνει την Ευελιξία.....	664
Αποτίμηση Εταιρειών HE	664
14.7 Μια Προσέγγιση Πέντε Βημάτων για Ανάπτυξη ενός Συστήματος HE.....	665
Τα Βασικά του ΚΖΑΣ: Μια Εφαρμογή HE	666
Διαχείριση της Διεργασίας Ανάπτυξης	667
14.8 Στρατηγικές Ανάπτυξης για Έργα HE.....	668
Εσωτερική Ανάπτυξη	669
Αγορά των Εφαρμογών.....	669
Εξωπορισμός Ανάπτυξης και Εφαρμογών Συστημάτων HE	669
Εκμίσθωση Εφαρμογών HE: Υπολογιστικό Νέφος και Λογισμικό ως Υπηρεσία	670
Άλλες Επιλογές Ανάπτυξης.....	671
Επιλογή μιας Επιλογής Ανάπτυξης.....	671
14.9 Επιπτώσεις του HE στον Οργανισμό	672
Βελτίωση του Απευθείας Μάρκετινγκ και των Πωλήσεων.....	672
Μετασχηματισμός Οργανισμών και Εργασίας	672
Ανακαθορισμός Οργανισμών	673
Διαχείριση Αλλαγής.....	675
Πώς να Οργανώσετε μια Μονάδα HE μέσα σε μια Εταιρεία	675
14.10 Ευκαιρίες για Επιτυχία στο HE και Αποφυγή Αποτυχίας	676
Παράγοντες που Καθορίζουν την Επιτυχία του HE	676
Επιτυχίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου	676
Πολιτιστικές Διαφορές στις Επιτυχίες και Αποτυχίες του HE.....	678
Θέματα Διοίκησης.....	679
Τελική Περίπτωση: Η Memphis Invest Διαπρέπει Χάρη στο HE	684
Γλωσσάρι	685
Παραπομπές.....	686
15 Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Ρυθμιστικά, Ηθικά και Κοινωνικά Περιβάλλοντα	689
Αρχική Περίπτωση HE: Γιατί η Disney Χρηματοδοτεί τους Κινέζους Πειρατές;	689
15.1 Ηθικές Προκλήσεις και Οδηγίες.....	691
Ηθικές Αρχές και Οδηγίες	691
Επιχειρηματική Ηθική	691

Ηθικά και Νομικά Ζητήματα ΗΕ	692
15.2 Νόμος Πνευματικής Ιδιοκτησίας και Παραβίαση Πνευματικών Δικαιωμάτων	694
Πνευματική Ιδιοκτησία στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	694
Ισότοποι Θαυμαστών και Μίσους.....	697
15.3 Δικαιώματα Ιδιωτικότητας, Προστασία και Ελευθερία του Λόγου	697
Τα Κοινωνικά Δίκτυα Αλλάζουν το Τοπίο της Ιδιωτικότητας και της Προστασίας της	698
Δικαιώματα και Προστασία Ιδιωτικότητας.....	698
Ελευθερία του Λόγου στο Δίκτυο Έναντι Προστασίας της Ιδιωτικότητας	699
Η Τιμή της Προστασίας της Ιδιωτικότητας Ατόμων.....	700
Περίπτωση 15.1: Υπεύθυνοι Σχολείων Χρησιμοποιούν Webcams	
για να Κατασκοπεύουν Μαθητές στο Σπίτι.....	701
Πώς Συλλέγονται και Χρησιμοποιούνται Ηλεκτρονικά Πληροφορίες για Άτομα.....	701
Προστασία Ιδιωτικότητας με Τεχνολογίες Πληροφοριών	704
Ζητήματα Ιδιωτικότητας σε Εργαλεία Web 2.0 και σε Κοινωνικά Δίκτυα.....	704
Προστασία Ιδιωτικότητας με Βάση Ηθικές Αρχές	705
Προστασία Απορρήτου σε Άλλες Χώρες.....	705
15.4 Άλλα Νομικά Ζητήματα του ΗΕ.....	706
Επιλεγμένο Νομικό και Ρυθμιστικό Περιβάλλον: Ηλεκτρονική Ανακάλυψη	
και Κυβερνοεγκοφοβισμός	706
15.5 Προστασία Καταναλωτών και Πωλητών από την Ηλεκτρονική Απάτη.....	707
Προστασία Καταναλωτών (Αγοραστών)	707
Προστασία Πωλητών	710
Προστασία Αγοραστών και Πωλητών: Χρήση Ηλεκτρονικών Υπογραφών	
και Άλλα Χαρακτηριστικά Ασφάλειας.....	711
15.6 Περιβάλλοντα Δημόσιας Πολιτικής, Φορολογίας και Πολιτικό Περιβάλλον.....	711
Ουδετερότητα του Δικτύου	711
Φορολόγηση σε Συναλλαγές ΗΕ	712
Λογοκρισία στο Internet από Χώρες.....	713
15.7 Κοινωνικά Ζητήματα και Πράσινο ΗΕ	713
Το Ψηφιακό Χάσμα.....	713
Τηλεργασία.....	713
Πράσινο ΗΕ και Πράσινη ΤΠ.....	714
Άλλα Κοινωνικά Ζητήματα.....	716
15.8 Το Μέλλον του ΗΕ.....	717
Ολοκλήρωση της Θέσης Αγορών με τον Χώρο Αγορών.....	718
Κινητό Εμπόριο.....	718
Κοινωνικό Εμπόριο	718
Μελλοντικές Τεχνολογικές Τάσεις που Μπορούν να Επιταχύνουν το ΗΕ.....	718
Μελλοντικές Τάσεις που Περιορίζουν την Διάδοση του ΗΕ	718
Απολαύστε Μερικά Ενδιαφέροντα Βίντεο για το Μέλλον του ΗΕ	719
Θέματα Διοίκησης.....	719
Τελική Περίπτωση: Το Pirate Bay και το Μέλλον του Διαμοιρασμού Αρχείων.....	724
Γλωσσάρι	727
Παραπομπές.....	728
16 Έναρξη μιας Επιτυχημένης Ηλεκτρονικής Επιχείρησης και Έργων ΗΕ.....	731
Αρχική Περίπτωση: Πεινάω: Τα Φθηνά Φαγητά Δεν Είναι η Λύση.....	732
16.1 Είσοδος στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Έναρξη μιας Νέας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης	734
Μπείτε στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	734
Έναρξη μιας Νέας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης	734

Μια Νεοφυής Ηλεκτρονική Επιχείρηση Είναι μια Νεοφυής Επιχείρηση	734
Δημιουργία μιας Νέας Εταιρείας ή Προσθήκη ενός Ηλεκτρονικού Έργου	735
Περίπτωση 16.1: Καινοτομία και Δημιουργικότητα στην Amazon.com	735
Σχεδιασμός Ηλεκτρονικής Επιχείρησης	737
Χρηματοδότηση μιας Νέας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης	738
16.2 Προσθήκη Πρωτοβουλιών ΗΕ ή Μετασχηματισμός σε Ηλεκτρονική Επιχείρηση	740
Προσθήκη Ηλεκτρονικών Πρωτοβουλιών σε μια Υφιστάμενη Επιχείρηση	740
Μετασχηματισμός σε Ηλεκτρονική Επιχείρηση και Κοινωνική Επιχείρηση	741
16.3 Δημιουργία ή Αγορά ενός Ιστότοπου	742
Ταξινόμηση Ιστότοπων	742
Δημιουργία ενός Ιστότοπου	743
16.4 Φιλοξενία του Ιστότοπου και Λήψη ενός Ονόματος Τομέα	745
Επιλογές Φιλοξενίας Ιστότοπου	745
Επιλογή και Καταχώριση ενός Ονόματος Τομέα	746
Περίπτωση 16.2 Η Alibaba.com Ανοίγει τις Πόρτες της σε Επιχειρηματίες	746
Εκεί που η Τεχνολογία Συναντά τις Επιχειρήσεις	746
16.5 Δημιουργία και Διαχείριση Περιεχομένου Web	747
Κατηγορίες και Τύποι Περιεχομένου	747
Διαχείριση και Συντήρηση Περιεχομένου	748
Βασισμένο σε Καταλόγους Περιεχόμενο και η Διαχείρισή του	748
16.6 Σχεδίαση Ιστότοπου	749
Αρχιτεκτονική Πληροφοριών για ένα Ιστότοπο	749
Πλοήγηση στον Ιστότοπο	750
Απόδοση (Ταχύτητα)	751
Χρώματα και Γραφικά	751
Ευχρηστία Ιστότοπου	751
Λογισμικό για Βοήθεια Σχεδιαστών του Web	752
16.7 Παροχή Υπηρεσιών Υποστήριξης Ηλεκτρονικού Εμπορίου	752
Ποιος Κατασκευάζει τον Ιστότοπο	752
Πληρωμές: Αποδοχή Πιστωτικών Καρτών	752
Προώθηση Ιστότοπου	753
Ένα Παράδειγμα: Πώς Επέτυχε η Baidu;	753
Περίπτωση 16.3: Εφαρμογή ΗΕ: Στρατηγικές της Baidu για Επίτευξη Επιτυχίας	753
Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες	755
16.8 Άνοιγμα ενός Καταστήματος του Web	755
Επιλογές Απόκτησης Καταστημάτων του Web	755
Yahoo! Small Business	757
Θέματα Διοίκησης	757
Τελική Περίπτωση: Facebook: Ένα Κολεγιακό Έργο που Κατάκλυσε τον Κόσμο	761
Γλωσσάρι	763
Παραπομπές	764
Ευρετήριο	767